

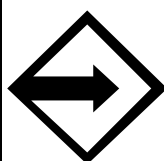


# LA GAZZETTA DELL'AGRO ALIMENTARE E DEI MERCATI

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](mailto:varie.guercilena@unione.milano.it)  
[polo.ingrosso@unione.milano.it](mailto:polo.ingrosso@unione.milano.it)*

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

**Presidente: Maria Antonia Pigozzi Rossini**  
**Direttore: Enzo Guercilena**





## SOMMARIO

**Eventi e manifestazioni: con TUTTOFOOD dal 5 all'8 maggio 2007  
Milano capitale dell'agroalimentare.-**

**Sapere... il sapore del sapere:**

- ◇ Maggio: ciclo di seminari
- ◇ Giugno: convegno del 6 giugno: Feng Shui e bioarchitettura

**Leggi e Decreti**

Oggetti a contatto con ceramica

**Dalla Commissione della filiera agroalimentare:**

Gli avvenimenti più significativi dal 23 marzo al 10 aprile 2007

**Progetto ECCEOVO:** qualità e sicurezza delle uova grazie anche al benessere delle galline in allevamento

Mercati e consumi

Consumi di massa o consumi di nicchia per il vino europeo?

La salute è servita: in tavola cura e prevenzione

Sicurezza alimentare e Qualità

Agro Pirateria: agricoltori del mediterraneo, uniamoci contro l'agropirateria

In poche parole....

**Chiuso in redazione il : 17 aprile 2007**

# Fiere e Manifestazioni

**CON "TUTTOFOOD" DAL 5 ALL' 8 MAGGIO 2007 MILANO CAPITALE  
DELL' AGRO-ALIMENTARE.**

**UNA GRANDE E COMPLETA MANIFESTAZIONE PROFESSIONALE DAL  
FORTE CARATTERE INTERNAZIONALE A FIERAMILANO RHO,  
L'EVENTO FIERISTICO IN GRADO DI CONFRONTARSI  
CON LA CONCORRENZA EUROPEA**

"TUTTOFOOD" (Milano World Food Exhibition), manifestazione biennale dell'alimentare organizzata dalla società del gruppo FieraMilano SIFA, debutta a FieraMilano Rho, il nuovo centro espositivo milanese, il prossimo 5 maggio.

Sarà per quattro giorni il palcoscenico del mondo dell'agro-alimentare, un palcoscenico che vede protagonista non solo la produzione nazionale, che rappresenta peraltro una delle voci più importanti per la nostra economia, ma anche la migliore offerta internazionale, rappresentata da espositori provenienti da tutto il mondo.

**Il tutto all'insegna della valorizzazione del prodotto di alta qualità.**

"TUTTOFOOD" **colma un vuoto.** Non che manchino, in Italia, valide manifestazioni espositive del settore alimentare, ma nessuna ha le caratteristiche di **completezza, internazionalità e dimensioni** per qualificarsi come concorrente dei colossi fieristici europei e per rappresentare per l'alimentare italiano uno strumento di visibilità e business all'altezza della sua fama.

"TUTTOFOOD", nato dall'esigenza del settore di poter contare su una manifestazione espositiva a forte vocazione internazionale, si presenta come una vetrina di sicuro interesse e come una eccellente opportunità di incontro e di business tra gli attori del comparto, grazie alle caratteristiche che qualificano il Salone e ne esaltano l'unicità.

- **UN SALONE B 2 B**

"TUTTOFOOD" è manifestazione fieristica strettamente B 2 B, canale privilegiato tra l'industria alimentare e la distribuzione nelle sue varie articolazioni, dalle grandi superfici al negozio di specialità. Aziende, consorzi, importatori, buyers della GDO e del dettaglio specializzato trovano nel Salone un appuntamento fieristico in grado di rappresentare in modi completo e professionale la migliore offerta alimentare italiana e internazionale.

- **UNA OFFERTA COMPLETA**

Il Salone è suddiviso per aree di prodotto, allo scopo di agevolare la visita, e propone una gamma merceologica completa, attenta non solo all'offerta più tradizionale, ma anche alle tendenze emergenti dei consumi e ai nuovi segmenti del mercato, come quelli dei **prodotti salutistici, delle delicatessen, dell'etnico.** In un unico grande salone gli addetti ai lavori trovano così una risposta esauriente a tutte le loro esigenze.

- **AREA VIP E PROMOZIONE GLOBALE**

I buyers hanno a disposizione, nel Salone, un'area riservata. In questo "Buyers Club" gli operatori possono usufruire dei servizi di un Business Center, di un'ampia area di ristoro, di uno spazio lounge e postazioni operative connesse a Internet.

"TUTTOFOOD" può contare su una capillare promozione internazionale, grazie ai 42 sportelli esteri di FieraMilano che coprono 68 Paesi e che sono già al lavoro per individuare e sensibilizzare i **decision maker** locali nel comparto alimentare.

- **IL “PRIVATE LABEL”**

“TUTTOFOOD” riserva una particolare attenzione al mondo del “private label”.

Sena dimentica il **negozio di specialità**, che è sempre più punto di riferimento per i consumatori, la **marca commerciale** ha infatti ormai assunto una rilevanza che giustifica una posizione centrale in un moderno Salone dell’alimentare, che intenda cogliere il mercato nella sua globalità.

I tempi cambiano e con essi mutano velocemente i comportamenti dei consumatori, molto attenti, oggi, al binomio qualità/prezzo.

La **marca commerciale**, che registra un trend fortemente in crescita (in Italia il private label vale il 12,4% del totale delle vendite, circa 3 miliardi di euro), grazie ad una vasta gamma di prodotti alimentari offerti dalle grandi catene distributive, può contare su una vasta sezione della mostra.

- **IL TOP DEI DOP**

La parola “qualità” è una costante per TUTTOFOOD e trova una concreta applicazione nell’iniziativa “**Top dei Dop**”. Una giuria di esperti valuta tutti i prodotti DOP e segnala quelli giudicati migliori: ad essi viene assegnato il marchio di qualità di Tuttofood, che le aziende produttrici potranno utilizzare sul loro packaging.

### **ALLA CHIUSURA DI “TUTTOFOOD”, DALL’ 8 AL 10 MAGGIO 2007, I LAVORI DELLA CONFERENZA INTERNAZIONALE DI “ECR EUROPE”**

La chiusura di “TUTTOFOOD” coinciderà con l’avvio, sempre a FieraMilano Rho, della Conferenza Internazionale di ECR EUROPE, i cui lavori (che prevedono un’iscrizione e un costo di partecipazione a parte) si protraggono dall’8 al 10 maggio.

Vi prendono parte circa 3.000 manager delle aziende industriali, del largo consumo e della moderna distribuzione, provenienti da tutto il mondo.

Fondata nel 1994 e con sede a Bruxelles, ECR EUROPE costituisce il punto di riferimento per 21 organizzazioni nazionale che sviluppano iniziative nel campo dell’Efficient Consumer Response, ovvero nello studio, diffusione e applicazione di tecniche, strumenti e modalità di interfacciamento strategico e operativo fra industria e distribuzione e fra questi soggetti e il consumatore finale, per rendere il settore grocery sempre più efficiente.

### **IN PROGRAMMA A TUTTOFOOD INCONTRI, CONVEGNI, MANIFESTAZIONI**

Numerosi gli incontri e i convegni organizzati nell’ambito di TUTTOFOOD. Fra questi, il **FORUM DEGLI OLI** (6/7 maggio), **TUTTOFOOD CHEESE AWARD**, il Convegno **CISETA** (7/8 maggio) e il Concorso “**CUCINA DAL MONDO**”





## Per il ciclo: Sapere... il sapore del sapere

si comunica che gli incontri di maggio sono stati strutturati come un ciclo di seminari su "**Bellezza, alimentazione e salute**" e si articoleranno in due giornate durante le quali illustri relatori forniranno al pubblico le giuste indicazioni per mantenersi sani e in forma.

### GLI APPUNTAMENTI DI MAGGIO

#### CICLO DI SEMINARI "Bellezza, Alimentazione, Salute"

18 /19-20- maggio 2007  
(Location da definirsi)

Tra i Relatori interverranno medici ed esperti tra cui: **Luciano Pecchiali** (Primario Patologo Emerito dell'Ospedale Buzzi di Milano. Direttore del Centro di Eubiotica Umana di Milano) **Attilio Speciani** (Allergologo, Immunologo) **Gino Celletti** (Capo Panel COI di Madrid, Assaggiatore nazionale professionista olio d'oliva CEE e olive da tavola) **Gigliola Braga** (Biologa alimentarista) **Fabrizio Duranti** (Medico chirurgo) **Sergio Maria Francardo** (Medico, antroposofa, membro del Comitato Tecnico Scientifico di Medicina Complementare della Regione Lombardia).

*Il ciclo dei seminari affronterà il tema della salute da molteplici punti di vista. Verrà approfondito il legame tra cibo e benessere psicofisico, verranno infatti specificati i nutrienti di alcuni alimenti e i pregi di questi per il mantenimento della salute e per la cura di alcune patologie. Verranno inoltre affrontate le tematiche relative alle intolleranze alimentari e consigliati i rimedi più idonei per risolvere in maniera del tutto "naturale" le problematiche legate al cibo.*

### LA PARTECIPAZIONE E' GRATUITA e LA PRENOTAZIONE E' OBBLIGATORIA

Per prenotazioni:

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

## **Sapere .....il sapore del sapere organizza inoltre il prossimo convegno di giugno dal titolo "**

### **Feng-Shui e bioarchitettura: scelte innovative per una casa in armonia"**

Il convegno si terrà **mercoledì 6 giugno in Unione CTSP, corso Venezia 49 Milano, dalle ore 14:30 alle ore 18:30.**

Il convegno affronterà il tema della "casa" da molteplici punti di vista, dalla sua realizzazione sino all'utilizzo abitativo della stessa sempre secondo i dettami del Feng-shui per vivere gli spazi nella giusta armonia.



### **Feng-Shui e bioarchitettura: scelte innovative per una casa in armonia**

**Mercoledì 6 giugno 2007 ore 14.30 – 18.30  
Palazzo dell'Unione CTSP – Corso Venezia 49, Milano**

#### ***“Tavola rotonda” sul Recupero Edilizio di un edificio degli anni ‘30***

#### **? Aspetti progettuali della bioarchitettura e del feng-shui nella ristrutturazione**

**Mauro Bertamè** – Bioarchitetto, docente di bioarchitettura e feng-shui

#### **? Lettura della casa secondo la Medicina dell'habitat**

**Claudio Viacava** – Esperto in medicina dell'habitat e in domoterapia. Biologo, psicologo, psicoterapeuta, naturopata

#### **? I materiali della bioedilizia negli interventi sul costruito**

**Silvia Pietta** – Architetto, esperta in bioedilizia

#### **? Analisi feng-shui dell'edificio ristrutturato secondo la “scuola dello spazio/tempo”**

**Roberto Marrocchesi** – Consulente e docente di macrobiotica e di feng-shui. Nutrizionista

#### **? Titolo da definirsi**

**Beatrice Zanolini** – segretario F.I.M.A. (Collegio agenti d'affari in mediazione della provincia di Milano dal 1945)

#### **? Creiamo un ambiente armonico con i fiori australiani**

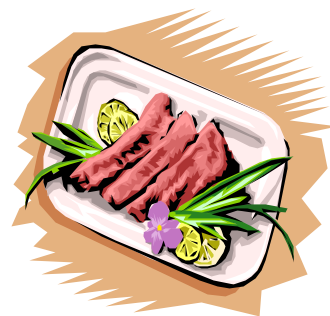
**Erica Savioli** - Floriterapeuta, stimata docente di Floriterapia Australiana presso numerose Scuole e Associazioni

### **La partecipazione è gratuita e la prenotazione obbligatoria**

Per prenotazioni:

**ERREDIEFFE** - via Antonio Maffi, 13/A - 20162 Milano – Tel 02 66114397 - Fax 02 64749456  
? [www.saporedelsapere.it](http://www.saporedelsapere.it) ? e- mail: [info@saporedelsapere.it](mailto:info@saporedelsapere.it) ? [segreteria@saporedelsapere.it](mailto:segreteria@saporedelsapere.it)

# Leggi e Decreti



## Oggetti a contatto con ceramica

Nella Gazzetta ufficiale n. 66 del 20 marzo è stato pubblicato il Decreto 1° febbraio 2007 intitolato "Recepimento della direttiva n. 2005/31/CE della Commissione del 29 aprile 2005, che modifica la direttiva n. 84/500/CEE del Consiglio, per quanto riguarda una dichiarazione di conformità e i criteri di efficienza dei metodi di analisi per gli oggetti di ceramica, destinati ad entrare in contatto con i prodotti alimentari.

Com'è noto, l'articolo 3 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 108 dispone che, con decreti del Ministro della sanità, vengano indicati, per i materiali e gli oggetti destinati a venire a contatto con le sostanze alimentari, i componenti consentiti nella loro produzione, e, ove occorrono, i requisiti di purezza e le prove di cessione alle quali i materiali e gli oggetti debbono essere sottoposti per determinare l'idoneità all'uso cui sono destinati nonché le limitazioni, le tolleranze e le condizioni di impiego sia per i limiti di contaminazione degli alimenti che per gli eventuali pericoli risultanti dal contatto orale.

Con l'occasione, si stima opportuno ricordare anche che lo stesso decreto punisce con l'arresto sino a tre mesi o con l'ammenda da lire cinque milioni a lire quindici milioni chiunque impieghi nella produzione materiali o oggetti destinati, da soli o in combinazione tra loro, a venire a contatto con le sostanze alimentari, in difformità da quanto stabilito.

Ciò premesso, il Ministero della Salute ha apportato alcune modifiche al decreto del Ministro della sanità 4 aprile 1985, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 98 del 26 aprile 1985. In particolare, dopo l'art. 3 è stato inserito un nuovo comma – il 3 bis.

Quest'ultimo afferma che gli oggetti di ceramica non ancora venuti a contatto con i prodotti alimentari devono essere accompagnati, nelle varie fasi della commercializzazione, inclusa la fase di vendita al dettaglio, da una dichiarazione scritta in conformità all'art. 16 del regolamento (CE) n. 1935/2004. Tale dichiarazione deve essere rilasciata dal fabbricante o da un venditore con sede nella Unione europea e deve contenere le informazioni riportate nell'allegato III del decreto.

Conseguentemente, su richiesta dell'autorità competente, il fabbricante o l'importatore deve fornire una documentazione idonea a comprovare che gli oggetti di ceramica siano conformi, tra l'altro ai limiti di cessione del piombo e del cadmio. La documentazione deve contenere i risultati delle analisi effettuate, le condizioni di prova, nonché il nome e l'indirizzo del laboratorio che ha effettuato le analisi.

Si evidenzia infine che la fabbricazione e l'importazione di oggetti di ceramica non conformi alle disposizioni in esame è consentita fino al 19 maggio 2007.

**Dalla Commissione della filiera agroalimentare:  
gli avvenimenti più significativi dal 21 marzo al 10 aprile 2007**

**Dal 21 al 26 marzo 2007**



**CONFERENZA STATO REGIONI**

**PESCA: COMPETENZA REGIONALE**

Roma, 21 marzo 2007 - Su pesca e acquacoltura decidono le Regioni. Lo afferma la Consulta. L'unico limite è la tutela dell'ambiente, che rimane materia statale.

La Corte costituzionale lo ha ribadito, annuncia la Regione Toscana, respingendo in toto il ricorso che il Governo aveva presentato l'anno scorso contro la legge regionale n. 66 del 2005. La Corte dà così ragione alla lettura del nuovo titolo V della Costituzione fatta dalla Toscana.

Prima della riforma della Costituzione, la pesca era materia statale. Con la riscrittura del titolo V non compariva però più né tra le materie di potestà statale esclusiva né tra quelle concorrenti. La Regione Toscana l'aveva dunque considerata materia regionale in via residuale. Il Governo però aveva impugnato la legge ritenendo troppo stretto il legame tra gestione delle risorse ittiche e tutela dell'ambiente, che rimane competenza statale.

"La Corte - commenta il presidente della Toscana, Claudio Martini - ha però ritenuto sufficienti le garanzie che al riguardo la nostra norma aveva previsto, rispettando le competenze dello Stato sulla tutela dell'ambiente. Si tratta di un precedente importante: un altro passo in avanti verso la piena applicazione del titolo V della Costituzione e delle nuove competenze delle Regioni".

*"La Consulta ha riconosciuto la piena potestà regionale anche nel rilascio delle licenze di pesca, che era una novità assoluta della nostra legge - aggiunge l'assessore all'agricoltura, Susanna Cenni -. Naturalmente per tutelare l'ecosistema ciò avverrà nei limiti stabiliti dallo Stato in attuazione delle indicazioni della Commissione europea".*

**DALLA CONFCOMMERIO**

**COMMERCIO: VENDITE DETTAGLIO; CONFCOMMERIO, CRESCITA E' LONTANA**

(ANSA) - ROMA, 23 MAR - Per le vendite al dettaglio "la crescita è ancora lontana". È il commento dell'Ufficio Studi Confcommercio ai dati diffusi oggi dall'Istat in cui l'associazione dei commercianti legge il cattivo andamento della grande distribuzione e la tenuta degli hard discount. L'ufficio studi di Confcommercio spiega che gli hard discount "vengono privilegiati dalle famiglie nei momenti in cui si avvertono segnali di difficoltà" e sottolinea anche "la vivacità dei grandi magazzini che sembrano aver beneficiato più di altri dell'avvio della stagione dei saldi". In generale, conclude l'Ufficio Studi di Confcommercio, "il depotenziamento dello sviluppo delle vendite nella fascia alta della distribuzione è un indizio importante di un potenziale ridimensionamento della propensione al consumo. Se questa tendenza fosse confermata, si potrebbe generare un profilo meno dinamico della produzione stessa e degli investimenti, con evidenti riflessi sulla performance del sistema economico nel complesso e, pertanto, difficilmente si potrebbe concretizzare, nel corso dell'anno, l'auspicato sviluppo del prodotto interno lordo prossimo o superiore al 2%".

**DALL'ISTAT**

**COMMERCIO: VENDITE DETTAGLIO GENNAIO -0,4% MESE, STABILI ANNO**

(ANSA) - ROMA, 23 MAR - Le vendite al dettaglio a gennaio scorso sono diminuite dello 0,4% rispetto a dicembre 2006, risultando il dato peggiore da aprile 2005 (-0,8%), mentre sono rimaste invariate rispetto a gennaio 2006. Lo comunica l'Istat. Il dato tendenziale l'Istat, è la sintesi della diminuzione dello 0,7% delle vendite di prodotti alimentari e dell'aumento dello 0,6% di quelle di prodotti non alimentari.

Per quanto riguarda la variazione congiunturale e' il risultato della diminuzione dello 0,7% delle vendite di prodotti alimentari della variazione nulla della vendita di prodotti non alimentari.

La stabilità delle vendite rispetto a gennaio 2006 e' data, in particolare, da una flessione dello 0,7% delle vendite nella grande distribuzione e da un aumento dello 0,6% delle vendite nelle imprese che operano su piccole superfici. Rispetto a gennaio 2006 la vendita di prodotti alimentari e' diminuita dell'1% nella grande distribuzione ed aumentata dello 0,3% nelle imprese di piccole superfici. Le vendite di prodotti non alimentari, invece, hanno segnato incrementi tendenziali sia nella grande distribuzione (+0,3%) sia nelle aziende di piccole superfici (+0,6%).

A gennaio scorso le vendite nella grande distribuzione hanno segnato un aumento del 6% in quelli specializzati nella vendita di alcuni prodotti, un +4,5% nei grandi magazzini e un +3,2% negli hard discount. Gli ipermercati e i supermercati hanno invece subito flessioni nelle vendite rispettivamente di -4,4% e -0,5%.

Per quanto riguarda il valore delle vendite di prodotti non alimentari quelli che hanno segnato il maggiore aumento tendenziale delle vendite hanno riguardato calzature, articoli in cuoio e da viaggio (+2,1%) e utensileria per la casa e ferramenta (+1,5%). Tra i gruppi che hanno subito una variazione negativa rispetto a gennaio 2006 quello che ha segnato la diminuzione piu' marcata, pari a -0,5%, e' stato quello dei giochi, giocattoli, sport e campeggio.(ANSA).

## METROLOGIA

E' entrato in vigore il 18 marzo il Decreto legislativo 2 febbraio 2007, n. 22, intitolato "Attuazione della direttiva 2004/22/CE relativa agli strumenti di misura" e pubblicato nel supplemento ordinario n. 73 alla Gazzetta ufficiale n. 64 del 17 marzo.

Il Decreto disciplina i dispositivi ed i sistemi con funzioni di misura definiti agli allegati specifici concernenti i contatori dell'acqua (MI-001), i contatori del gas e i dispositivi di conversione del volume (MI-002), i contatori di energia elettrica attiva e trasformatori di misura (MI-003), i contatori di calore (MI-004), i sistemi di misura per la misurazione continua e dinamica di quantità di liquidi diversi dall'acqua (MI-005), gli strumenti per pesare a funzionamento automatico (MI-006), i tassametri (MI-007), le misure materializzate (MI-008), gli strumenti di misura della dimensione (MI-009) e gli analizzatori dei gas di scarico (MI-010).

La comunicazione completa è disponibile al seguente indirizzo, per quanti dispongano dell'accesso al sito riservato di Confcommercio.

[http://www.confcommercio.it/home/riservato/docs/disciattco/Commercio/COM.24.DOC\\_cvt.htm](http://www.confcommercio.it/home/riservato/docs/disciattco/Commercio/COM.24.DOC_cvt.htm)

## CONSUMATORI

### ***Etichettatura d'origine: dai consumatori appello ai produttori***

19 marzo 2007 - Un appello ai produttori alimentari affinché riportino spontaneamente nelle etichette l'origine del prodotto e della materia prima è stato lanciato oggi dall'Unione nazionale consumatori. L'iniziativa fa seguito all'abrogazione della norma, contenuta nella legge n. 204/2004, che prevedeva, infatti, l'obbligo di indicare su tutti i prodotti alimentari il luogo di origine.

L'abrogazione, prevista dalla legge comunitaria 2007 di prossima emanazione, è dovuta alla richiesta, giunta dalla Commissione europea, di applicazione della disposizione solo per i prodotti nazionali e non per quelli provenienti da altri Paesi.

Il Movimento consumatori ha ricordato, invece, come per alcuni prodotti tra cui le carni bovine e l'ortofrutta, esista già una norma che prevede l'obbligatorietà dell'etichetta d'origine, per questo ha invitato il Governo a varare norme per singoli prodotti che estendano l'obbligo così da tutelare e valorizzare i prodotti nazionali e consentire al consumatore di compiere scelte consapevoli.

## **CONTRAFFAZIONE**

### **Ministero Sviluppo Economico: PRIMA RIUNIONE TAVOLO PERMANENTE**

(ASCA) - Roma, 27 mar - Giovedì 29 marzo, alle ore 15.00, presso la sala Umberto La Monica (Parlamentino) del Ministero dello Sviluppo Economico, si terrà la prima riunione del Tavolo permanente degli imprenditori, dei lavoratori e dei consumatori per la lotta alla contraffazione. Ne dà notizia un comunicato. Il Tavolo, istituito e convocato dall'Alto Commissario, riunisce per la prima volta le tre categorie che sono, in forme diverse, vittime della contraffazione, allo scopo di coinvolgerle pienamente nell'elaborazione delle strategie nazionali anticontraffazione, nel monitoraggio del fenomeno e nello studio di proposte normative e di azione amministrativa.

In quella sede - informa una nota - saranno messi a fuoco alcuni "punti di sofferenza" nella lotta alla contraffazione e sarà stimolata la mobilitazione ed il contributo di tutte le categorie interessate. Aprirà i lavori l'Alto Commissario per la lotta alla contraffazione, Giovanni Kessler.

Interverrà il ministro dello Sviluppo Economico, Pierluigi Bersani. Parteciperanno tra gli altri, rappresentanti di Confindustria, Confcommercio, Confartigianato, Confesercenti, Federalimentari, Cgil, Cisl e Uil.

### **CONTRAFFAZIONE: BONINO, 14 DESK ANTI-FALSO IN SEDI ESTERE ICE**

(ANSA) - ROMA, 29 MAR - Per tutelare i consumatori e i produttori sono in fase di attivazione 14 desk anti-falso presso le sedi estere dell'Ice. Si tratta di una delle misure contro la contraffazione annunciate dal ministro del Commercio estero, Emma Bonino, in un suo intervento pubblicato dal settimanale Economy.

Per migliorare la parte operativa - spiega il ministro - andrebbe anche rafforzato l'Alto commissariato per la lotta alla contraffazione. Infatti Bonino sottolinea che il mercato del falso non va mai sottovalutato, perché spesso nasconde vere organizzazioni criminali. Bonino assicura che l'Italia sta impegnando le sue energie per un regolamento che renda obbligatoria l'etichettatura di origine sui prodotti in arrivo dai mercati esteri. In questo senso la Commissione UE e il Parlamento sono dalla nostra parte - afferma - ma non tutti i Governi la pensano allo stesso modo e si può solo sperare che l'interesse generale dei consumatori prevalga su qualche grosso interesse di parte.

Il ministro rileva di incontrare particolari difficoltà nella lotta alla contraffazione a livello multilaterale, anche per il blocco dei negoziati di Doha. Il Doha Round dovrebbe essere rianimato - scrive - non solo per i benefici che ne ricaverebbero i paesi poveri, ma anche per il fatto che, se si riuscisse ad istituire un registro multilaterale i nostri prodotti di qualità sarebbero protetti contro le imitazioni e le contraffazioni in ciascuno dei 150 paesi aderenti al Wto.

## **COMMERCIO INTERNAZIONALE**

### **ICE: BONINO PRESENTA IL PIANO PROMOZIONALE 2007**

Si svolgerà mercoledì 28 marzo alle ore 10:30, presso la Sala Pirelli della sede romana dell'Istituto nazionale per il Commercio Estero (ICE), la Conferenza stampa di presentazione del Piano di attività Promozionale 2007 dell'ICE, a sostegno della internazionalizzazione delle imprese italiane. Il documento verrà presentato dal Ministro del Commercio Internazionale Emma Bonino, dal Presidente dell'ICE Umberto Vattani e dal Direttore Generale Massimo Mamberti.

Recependo le indicazioni strategiche contenute nelle Linee Diretrici fissate dal Ministro del Commercio Internazionale, il Piano Promozionale dell'ICE individua i mercati mondiali e i settori prioritari sui quali focalizzare l'attività promozionale dell'Istituto.

In particolare, il Piano Promozionale 2007 offre una visione integrata degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese: dalla rinnovata ripartizione delle risorse per aree geografiche e per settori, che tiene conto delle diverse esigenze dimensionali delle aziende, all'apertura di nuovi uffici ICE all'estero, segno della volontà dell'Istituto di adattarsi ai mutamenti del contesto geo-economico interna-

zionale.

Quattro le direttrici lungo le quali si sviluppa l'azione del nuovo Piano Promozionale:

- una maggiore focalizzazione geografica degli investimenti, soprattutto a favore di Paesi ad alto tasso di crescita e di grandi dimensioni;
- la concentrazione sulle principali manifestazioni delle diverse aree geografiche per evitare la dispersione delle risorse;
- maggiori investimenti a vantaggio delle aziende e dei settori a più alto contenuto di innovazione;
- sostegno alle iniziative tese a creare fenomeni di aggregazione tra le imprese, quali consorzi e cooperative.

## **PRODOTTI**

### **ALIMENTARE: CARO-ROSETTA AL NORD, 30% IN PIU' CHE AL SUD**

(ANSA) - ROMA, 26 MAR - Questa volta è la rosetta a dividere l'Italia a metà. Se al Nord, infatti, i consumatori pagano in media quasi 25 centesimi per una rosetta, al Sud il prezzo scende del 30%, a 15 centesimi. Lo rivela un'indagine di Help Consumatori, sottolineando che Reggio Emilia ha il primato del pane più 'salato' (34 cent la rosetta, 4,80 euro 1 kg di pane casereccio), mentre Benevento è la più conveniente (rispettivamente, 12 cent - ovvero il 65% in meno - e 1,40 euro - ovvero il 70% in meno). La distanza tra Nord e Sud - aggiunge Help Consumatori - non si riduce neppure se prendiamo in considerazione i prezzi di 1 Kg di pane casereccio: nelle regioni settentrionali costa oltre il 40% (3 euro/Kg) in più rispetto a quelle meridionali (1,75 euro/kg).

In media, in Italia una rosetta da 85 gr. costa 20 cent, mentre 1 Kg di pane casereccio circa 2,33 euro: al Nord la media è 25 cent per la rosetta e 3 euro per il pane casereccio, al Centro rispettivamente 17 centesimi e 1,87, mentre al Sud 15 centesimi e 1,75. Help Consumatori ha stilato anche un decalogo per l'acquisto: ai consumatori che vogliono risparmiare, il consiglio è di acquistare pane di tipo comune, non confezionato e soprattutto ben cotto: se la pagnotta è un po' cruda, infatti, oltre al peso lievita anche il prezzo. E per chi preferisce guadagnare in salute, il consiglio è di acquistare in esercizi autorizzati, controllare l'etichetta ed evitare il pane a lunga conservazione.

## **DALLA FEDAGROMERCATI**

### **FIDUCIA CIECA NELL'ORTOFRUTTA MADE IN ITALY**

Più di due terzi dei consumatori italiani credono che l'ortofrutta fresca nazionale sia più sicura di quella importata, nonostante il 68% degli intervistati abbia ammesso di essere "confuso" circa la natura delle attuali pratiche agricole. E' questo uno dei risultati chiave della ricerca pubblicata da GfK Eurisko e presentata nei giorni scorsi a Milano, in occasione della convention sui trend di consumo organizzata da Facoltà di Agraria di Milano, Bayer CropScience e Ministero delle Politiche Agricole.

### **INCONTRO AL MIPAAF PER L'EXPORT DI ORTOFRUTTA ITALIANA IN GIAPPONE**

Ala fine della scorsa settimana si è tenuto un incontro al MipAAF per coordinare le attività da mettere in campo per accelerare il processo di esportazione di alcuni nostri prodotti ortofrutticoli verso il Giappone, a seguito della recente visita del Ministro De Castro nel Paese del Sol Levante (cfr Italiafruit News n. 11/2007).

Nel corso della riunione è emersa la necessità di sviluppare dossier relativi alle procedure tecniche di esportazione, da concordare con le competenti Autorità giapponesi. Il CSO è stato incaricato a raccogliere tutti gli elementi utili alla realizzazione dei dossier, che dovranno essere articolati per singola varietà.

### **PARLAMENTO EUROPEO VS CONTAMINAZIONE ACCIDENTALE**

Nei giorni scorsi il Parlamento Europeo ha votato a favore dello zero tecnico e la tolleranza zero per l'eventuale contaminazione da OGM negli alimenti biologici. Così, gli Eurodeputati hanno respinto la proposta di introdurre una soglia dello 0,9% di tolleranza OGM anche per i prodotti bio, richiedendo alla Commissione che il limite massimo della contaminazione accidentale da materiale OGM sia fissato allo 0,1%. Di grande rilievo anche l'approvazione, da parte dell'Assemblea di Strasburgo, dell'emendamento

sulla codecisione in materia di soglie di contaminazione da OGM. In questo modo, ogni decisione dovrà essere presa di comune accordo tra Parlamento, Consiglio dei Ministri e Commissione Europea.

**Dal 2 al 10 aprile 2007**

## **MINISTERO DELLA SALUTE**

### **AL VIA PIANO NAZIONALE ALCOL E SALUTE**

Roma, 5 apr. - Il Ministero della Salute ha reso noto – con un [comunicato stampa](#) – il varo definitivo del ["Piano nazionale alcol"](#) predisposto dal Ministero della Salute. L'obiettivo è quello di ridurre i consumi e prevenire i danni alcolcorrelati, soprattutto per giovani, donne e anziani. Sono stati stanziati 4,5 milioni di euro in tre anni.

Con l'approvazione definitiva della Conferenza Stato Regioni, è diventato quindi operativo il "Piano nazionale alcol e salute", voluto dal Ministro della Salute Livia Turco con l'obiettivo di coordinare tutte le attività di prevenzione e presa in carico dei problemi correlati all'abuso di alcol tra la popolazione.

Il Piano ha valenza triennale (2007-2009) e si prefigge 10 obiettivi da raggiungere attraverso azioni strategiche in collaborazione con le Regioni e con il coinvolgimento di varie strutture e soggetti del sistema sanitario nazionale: dipartimenti delle dipendenze, servizi alcologici regionali, dipartimenti salute mentale, medici di famiglia, associazioni di mutuo soccorso e volontariato, ASL e ospedali.

Ma un ruolo particolare assumeranno anche le collaborazioni con il mondo della scuola e dello sport, i sindacati, i centri ricreativi per gli anziani, le Forze dell'Ordine e le imprese del settore.

Ecco i 10 obiettivi del triennio:

- Aumentare la consapevolezza del rischio connesso con il consumo delle bevande alcoliche nella popolazione generale e in alcune fasce di popolazione particolarmente esposte (anziani, giovani, donne), nonché il sostegno a favore delle politiche di salute pubblica finalizzate alla prevenzione del danno alcolcorrelato.
- Ridurre i consumi a rischio (e in particolare quelli eccedentari e al di fuori dei pasti) nella popolazione e in particolare nei giovani, nelle donne e nelle persone anziane.
- **Ridurre la percentuale dei giovani minori di 18 anni che assumono bevande alcoliche, nonché l'età del primo contatto con le stesse.**
- Ridurre il rischio di problemi alcolcorrelati che può verificarsi in una varietà di contesti quali la famiglia, il luogo di lavoro, la comunità o i locali dove si beve.
- Ridurre la diffusione e la gravità di danni alcolcorrelati quali gli incidenti e gli episodi di violenza, gli abusi sui minori, la trascuratezza familiare e gli stati di crisi della famiglia.
- Mettere a disposizione accessibili ed efficaci trattamenti per i soggetti con consumi a rischio o dannosi e per gli alcolodipendenti.
- Provvedere ad assicurare una migliore protezione dalle pressioni al bere per i bambini, i giovani e coloro che scelgono di astenersi dall'alcol.
- Aumentare la diffusione dei metodi e strumenti per l'identificazione precoce della popolazione a rischio.
- Aumentare la percentuale di consumatori problematici avviati, secondo modalità adeguate alla gravità dei problemi, al controllo dei propri comportamenti di abuso, con particolare riferimento ai giovani.
- Garantire l'adeguamento dei servizi secondo le previsioni della legge 125/2001 e aumentare la qualità e la specificità dei trattamenti nei servizi specialistici per la dipendenza da alcol.

Gli interventi sono articolati in 8 aree strategiche:

- Informazione /educazione.
- Bere e guida.
- Ambienti e luoghi di lavoro
- Trattamento del consumo alcolico dannoso e dell'alcolodipendenza.
- Responsabilità del mondo della produzione e distribuzione.

Capacità sociale di fronteggiare il rischio derivante dall'uso dell'alcol.  
Potenzialità delle organizzazioni di volontariato e mutuo aiuto e delle organizzazioni non governative.  
Monitoraggio del danno alcolcorrelato e delle relative politiche di contrasto.

Per ognuna delle 8 aree si procederà per specifici target avviando alleanze con i diversi attori pubblici e privati comunque coinvolti nelle attività correlate (scuola, imprese, esercizi commerciali, ecc.).

Per finanziare il Piano è previsto uno stanziamento di 1,5 milioni di euro l'anno per tre anni che va ad aggiungersi ai finanziamenti previsti dal programma del Ministero della Salute "Guadagnare Salute" per la promozione di stili di vita salutari, approvato recentemente dal Governo e dalla Conferenza Unificata.

## **DALLA CONFEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTORI**

### **SUI CAMPI PREZZI IN PICCHIATA. PER ORTAGGI E FRUTTA È CROLLO. CRESCONO I COSTI E PER GLI AGRICOLTORI È TAGLIO DEI REDDITI**

La CIA evidenzia che nei primi due mesi del 2007 si è registrata una flessione del 2,7 per cento nelle quotazioni all'origine. Per l'ortofrutta una diminuzione complessiva dell'11,6 per cento. A causa del clima per i prodotti orticoli è una vera debacle: meno 17,3 per cento. Andamento negativo anche per cereali, bovini, suini e avicoli. In controtendenza vino, olio d'oliva e latte e suoi derivati.

Prezzi ancora in ribasso sui campi (meno 2,7 per cento nei primi due mesi del 2007 rispetto all'analogo periodo del 2006). Per gli ortaggi è un vero crollo (meno 17,3 per cento). Crescono, invece, i costi (più 1,6 per cento) per gli agricoltori che vedono così ridurre ulteriormente i redditi (meno 3,4 per cento nello scorso anno). E' quanto sottolinea la CIA -Confederazione italiana agricoltori - per la quale la contrazione registrata è da attribuirsi soprattutto alle grandi difficoltà registrate nel settore ortofrutticolo, a causa del clima anomalo che ha contraddistinto sia l'autunno che l'inverno.

Ortaggi e frutta -avverte la CIA- hanno così segnato un drastico calo dei prezzi. Se per i primi è stato un tonfo, per i secondi la contrazione non è stato sicuramente lieve: meno 6,0 per cento e febbraio rispetto all'analogo mese del 2006. Complessivamente il settore ha avuto una flessione dell'11,6 per cento.

Ma la situazione più drammatica resta per gli ortaggi. E' stata una vera debacle. Praticamente tutto il Mezzogiorno registra danni urgenti (più di 800 milioni di euro). Per le alte temperature le produzioni si sono concentrate e accavallate, senza la naturale scalarità che si verifica con il freddo. Così una grande quantità di prodotti è rimasta invenduta e quella commercializzata ha subito un tracollo dei prezzi.

L'ortofrutta -sottolinea la CIA - non è l'unico settore con quotazioni all'origine in calo. Diminuzioni si hanno per i cereali (meno 0,7 per cento), per i bovini (meno 1,6 per cento), per i suini (meno 6,1 per cento), per gli avicoli (meno 6,3 per cento). Un comparto, quest'ultimo, che ancora non riesce a venire fuori dalla psicosi dell'influenza aviaria.

In controtendenza troviamo il vino (più 3,6 per cento), l'olio d'oliva (più 5,0 per cento) e il latte e i suoi derivati (più 1,0 per cento).

Un panorama difficile -conclude la CIA- che richiede interventi a sostegno dei produttori che, soprattutto quelli ortofrutticoli, sono alle prese con una pesante crisi strutturale. Cosa che è confermata anche dai dati del PIL, i quali evidenziano come l'agricoltura sia l'unico settore che non è riuscito ad agganciare la ripresa. Da qui l'esigenza di una politica nuova che delinei la svolta. E la Conferenza nazionale del prossimo giugno potrà dare sicuramente una risposta importante e chiara.



## **“PROGETTO ECCEOVO”: QUALITÀ E SICUREZZA DELLE UOVA GRAZIE ANCHE AL BENESSERE DELLE GALLINE IN ALLEVAMENTO**

di Susanna Lolli

Istituto di Zootecnica, Facoltà di Med. Veterinaria, Università degli Studi di Milano, via Celoria 10, 20133 Milano. [susanna.lolli@unimi.it](mailto:susanna.lolli@unimi.it)

Il progetto “**Ecceovo**”, proposto dal Dipartimento di Scienze e Tecnologie Alimentari e Microbiologiche (Distam) della Facoltà di Agraria dell’Università degli Studi di Milano, finanziato dalla Regione Lombardia, avendo come partners l’Istituto di Zootecnica, della Facoltà di Medicina Veterinaria, l’Azienda Agricola Castello e il Gruppo Granarolo/Centrale del Latte di Milano, è stato presentato il 22 Marzo scorso nel corso di un convegno aperto alla stampa e agli operatori economici del settore.

I responsabili scientifici del progetto, la prof.ssa Margherita Rossi del Distam, e il professor Luigi Guidobono Cavalchini, dell’Istituto di Zootecnica, hanno specificato risultati e obiettivi del progetto: quelli di contribuire, con la ricerca e la collaborazione concreta fra Università, istituzioni e aziende, alla **qualità e alla sicurezza del consumo alimentare**.

Il progetto “Ecceovo”, ha spiegato in particolare il professor Cavalchini, ha inteso prioritariamente contribuire alla valorizzazione del comparto avicolo italiano tramite lo studio dell’influenza di tre differenti tipologie di allevamento **-in gabbia, a terra, biologico-** sul benessere delle galline e sulla qualità e sicurezza delle uova.

“Le aspettative dei consumatori nei confronti della qualità dell’uovo, ha portato a considerare tra le motivazioni di scelta anche il tipo di allevamento e il benessere degli animali”.

L’impatto emotivo suscitato dalle problematiche relative alle caratteristiche di vita degli animali, infatti, sta indirizzando la **scelta di una fascia crescente di consumatori verso uova ottenute da produzione biologica o con sistemi di allevamento alternativi**.

La **zootecnia biologica** nasce per mantenere l’equilibrio dei sistemi, come contributo alla salvaguardia delle aree marginali e della biodiversità.

Le motivazioni per l’allevamento biologico sono: la garanzia per il consumatore, il benessere animale e la difesa dell’ambiente.

### **LA DIRETTIVA EUROPEA ABOLISCE L’ATTUALE SISTEMA DI ALLEVAMENTO.**

Una scelta che ha avuto come conseguenza diretta l’emanazione della **direttiva 1999/74/CE**, che stabilisce le norme minime per la protezione delle galline ovaiole e che, attraverso una serie di passaggi, abolisce l’attuale sistema di allevamento della galline in gabbie convenzionali, dal **1° Gennaio 2012**, a favore di sistemi alternativi.

Con l’avvicinarsi della scadenza legislativa, ha rilevato anche Cosmina Colombi, dirigente D.G. Agricoltura della Regione Lombardia, nella realtà produttiva lombarda e nazionale si osserva un **interesse crescente** per gli allevamenti di tipo alternativo, **in particolare per gli allevamenti a terra e biologici**.

Ma gli investimenti per la trasformazione degli allevamenti, hanno fatto notare i rappresentanti delle aziende agricole interessate, saranno molto onerosi. Da qui, l'esigenza, per i produttori di uova, **di individuare aspetti di qualità dell'intero processo produttivo atti a valorizzare la propria produzione e a fornire nel contempo ai consumatori i mezzi cognitivi per effettuare delle scelte consapevoli.**

## **TIPOLOGIE DI ALLEVAMENTO = BENESSERE DELLE GALLINE = QUALITA' E SICUREZZA DELLE UOVA**

Il progetto "Ecceovo" è stato subito accettato tra quelli finanziabili dalla Regione Lombardia, perché, ha precisato Cosmina Colombi, "il settore avicolo è un po' una cenerentola, fino ad oggi considerato marginale per mancanza di progetti interessanti specifici, ma non certo per la sua importanza, che resta notevole. In Lombardia ci sono 2.000 allevamenti, che contribuiscono per il 25% alla produzione nazionale di uova. Il sostegno della Regione va in direzione della competitività delle aziende, ma soprattutto della qualità e della sicurezza alimentare al consumo".

"Il merito del progetto "Ecceovo" è anche quello di non provenire soltanto dalla Università, ma di coinvolgere anche le aziende agricole, fornendo garanzie sulla possibilità, da parte delle imprese, di utilizzare rapidamente e concretamente i risultati della ricerca universitaria per modificare il tipo e la gestione degli allevamenti secondo le indicazioni dell'Unione Europea."

## **L'UOVO ENTRA IN TUTTI I PIATTI E IN TUTTE LE MENSE**

L'importanza delle uova per la Lombardia in Italia e per l'Italia in Europa, è notevole. Le uova entrano in tutte le abitudini alimentari, fanno bene e costano poco. Basti pensare che la Cina è la prima produttrice di uova nel mondo, ma anche la prima consumatrice. "Dal 2012 non sarà più possibile" – ha ricordato il professor Cavalchini- "allevare nelle gabbie sin qui usate. La produzione biologica sarà sempre di nicchia e i costi della trasformazione o dell'adeguamento degli allevamenti difficili da assorbire per i produttori. L'obiettivo del progetto "Ecceovo" è certamente quello di aiutare le imprese ad affrontare i cambiamenti, ma anche di analizzarne seriamente gli effetti, dal punto di vista economico, sociale, etico e competitivo."

Che il mercato delle uova sia importante e vitale, per il nostro Paese, lo ha confermato la relazione di **Mario Palma** della A.C. Nielsen sui risultati dell'indagine sui consumi delle uova in Italia: 2 miliardi di uova vendute nel 2006, con una crescita del 7.5% malgrado la psicosi dell'influenza aviaria. Le uova grandi sono le più richieste, nelle confezioni da 6.

I supermercati vendono oltre il 50 % delle uova nel mass market, gli ipermercati e i liberi servizi hanno un trend di crescita superiore. Come Tipologia di allevamento, le allevate a terra hanno i tassi di sviluppo superiori del mercato. Le marche private hanno un peso significativo e crescono più velocemente del mercato, nel biologico sviluppano quasi la metà dei volumi del segmento. Il prezzo medio per singolo uovo è in crescita rispetto allo scorso anno in tutti i segmenti e l'uovo con il maggior valore unitario è il biologico, seguito dalle extrafresche e dalle allevate a terra.

Le conclusioni di Palma sottolineano che, dopo alcuni periodi di crescita piuttosto lieve, nel corso dell'ultimo anno si è assistito a un andamento particolarmente positivo, del mercato delle uova nella distribuzione moderna.

## **PRODUTTIVITA' E BENESSERE DELLE OVAIOLE**

La dott.ssa **Valentina Ferrante**, dell'Istituto di Zootecnica dell'Università di Milano, ha illustrato al convegno i risultati delle indagini e delle sperimentazioni condotte nei mesi scorsi in tre grandi allevamenti della Lombardia, allo scopo di verificare le condizioni di vita delle galline ovaiole.

Non sono emerse differenze tra i tre allevamenti ed è stata sottolineata una buona persistenza della curva attribuibile ad un elevato livello di management.

Non sono emerse differenze nella percentuale di uova di scarto tra gli allevamenti considerati (4,6% bio, 4,2% terra e 3,8% gabbia), mentre differenti sono i motivi di declassamento che potrebbero suggerire delle azioni correttive. Più uova sporche nel biologico e maggiori uova rotte nell'allevamento a terra. La dott.ssa Ferrante ha spiegato che ciò potrebbe essere attribuito alle strutture dell'allevamento biologico in cui si è svolta la prova, strutture pensate per un importante utilizzo del parchetto esterno e quindi molto "rudimentali". Per il pericolo dell'aviarìa, il periodo di vita all'aperto era stato limitato a 2 mesi; gli animali hanno così trascorso gran parte del loro ciclo al chiuso (in ambiente con luce artificiale) e ciò può aver causato un eccessivo deterioramento della lettiera.

**Dal punto di vista comportamentale, il test di avvicinamento all'uomo, effettuato con cadenza mensile, negli allevamenti a terra e biologico, ha evidenziato una maggiore reattività negli animali allevati a terra. Questa differente reattività degli animali, è spiegabile tenendo conto, ancora una volta, delle caratteristiche strutturali dei capannoni: molto luminoso quello delle galline allevate a terra, luminosità ridotta nel bio per i problemi già ricordati del pericolo influenza. E' noto che la luminosità dell'ambiente aumenta la reattività degli animali, la luce scarsa calma.**

## **QUALITA' E SICUREZZA AL CONSUMO**

La Prof.ssa **Margherita Rossi**, responsabile scientifico, insieme al prof. Cavalchini, del progetto "Ecceovo", ha sottolineato, riferendo sui risultati delle sperimentazioni effettuate, che il sistema di allevamento, è **solo uno dei fattori** che possono influire sulle caratteristiche dell'uovo: fattori genetici e alimentazione hanno anch'essi un effetto rilevante.

Dal 1° gennaio 2004, ha ricordato la Rossi, già le uova devono riportare, stampate sul guscio e sulle confezioni, le cifre "europee": 0 per le uova BIO, 1 per le uova di allevamenti all'aperto, 2 per quelle allevate a terra, 3 per le uova delle galline tenute in gabbia. Dal 2012 scatta l'abolizione delle gabbie convenzionali. Occorreranno investimenti rilevanti per adeguare i nuovi allevamenti e cresce l'esigenza, per i produttori, di individuare gli aspetti della qualità opportuni per valorizzare la produzione. I consumatori, da parte loro, vedono sin d'ora ampliata la loro scelta consapevole su: sicurezza, freschezza, caratteristiche sensoriali, nutrienti, tipologia di allevamento e prezzi.

Dalle analisi effettuate sulla qualità delle uova sono emerse differenze interessanti tra le tre tipologie di allevamento. Il peso delle uova dell'allevamento a terra è stato significativamente più alto rispetto alle altre due tipologie e le uova in gabbia sono le più leggere.

È vero anche che lo spessore medio del guscio è risultato inferiore nelle "a terra" e nelle stesse uova la % di uova incrinata e rotte è stata significativamente superiore rispetto alle altre due tipologie di allevamento. Ciò significa che uova più grandi hanno un guscio più sottile e maggiori sono i rischi di rottura. Il calcio che costituisce il guscio dovrà essere distribuito su una superficie maggiore e perciò sarà meno concentrato. Molte caratteristiche sono più influenzate dall'età dell'ovaiola piuttosto che dal sistema di allevamento.

La Prof.ssa Rossi conclude la sua presentazione con una frase del Sauver (1991): *I sistemi di allevamento alternativi non rappresentano di per sé un fattore di miglioramento delle caratteristiche dell'uovo e quindi il consumatore dovrebbe limitarsi a considerare motivo sufficiente il desiderio di vedere allevate le galline non in gabbia.*

## **CONCLUSIONI**

Il convegno si è concluso con tre interventi programmati di veterinari ed esperti del settore avicolo che hanno fatto il punto sulla situazione attuale nei nostri allevamenti.

Il dott. **Giorgio Cislaghi**, Medico Veterinario, ha parlato dell'importanza di un buon management. "L'uovo è la continuità della specie. Quando viene deposto, per non inquinare il guscio con le feci, vi è una estroflessione dell'ovidutto". Management significa anche conoscere approfonditamente gli animali che si allevano. Il comportamento degli animali va osservato ogni volta che si entra nel pollaio. Tutti i segnali osservabili sugli animali sono importanti per allevarli meglio e al meglio.

Il direttore Tecnico della Farmer, dott. **Adolfo Ferraro**, è intervenuto sulle problematiche inerenti all'alimentazione della gallina ovaioia. I fabbisogni minimi giornalieri variano in base all'età dell'animale. I mangimi vengono solitamente formulati tenendo conto dei fabbisogni minimi e del consumo giornaliero di mangime. Ciò porta a formulare diete per fasi di età e per fasce di consumo. Differenti le diete tra galline allevate nel convenzionale rispetto alle ovaiole biologiche. Il dott. Ferraro ha sottolineato che come fonte proteica nel biologico viene utilizzato il lupino e il faveno in sostituzione delle farine di estrazione di soia e di girasole, vietate dal Reg. 1804/99. I mangimi biologici sono tendenzialmente più alti in proteine rispetto ai mangimi convenzionali in quanto si tenta di raggiungere determinati tenori in amminoacidi.

L'ultimo intervento programmato del dott. **Gianluca Agostini**, Amministratore delegato Agriok del gruppo Granarolo, ha parlato dell'importanza di migliorare la gestione della filiera. È necessario conoscere il mercato e ciò che si produce per poter programmare e reagire con tempestività. Identificare i problemi e risolverli. Occorre però individuare il sistema giusto. La tracciabilità si basa sulla capacità di ricostruire la storia di un prodotto attraverso l'identificazione e la documentazione di tutte le attività, i materiali e gli operatori che concorrono alla sua produzione. Dal 1° gennaio 2004 è obbligatorio sugli imballaggi e sul guscio delle uova un codice che fornisce una serie di significative informazioni ai consumatori: tutte le uova devono recare stampigliato sul guscio un codice che identifica oltre al **sistema di allevamento** delle ovaiole, il **produttore** e l'**ubicazione dell'allevamento**.

Diversi produttori e la GDO hanno creato siti internet in cui è possibile inserire il codice riportato sulle uova acquistate e verificarne la tracciabilità.

"La gallina non è un animale intelligente", così Cochi e Renato cantavano in una vecchia canzone; non è così o da dimostrare il contrario ed è necessario capire a fondo gli animali. Lo strumento per farlo correttamente è la ricerca.

Figura 1: Allevamento Biologico, parchetto esterno.



Figura 2: Allevamento a terra



# Mercati e Consumi

## DEL 5,67% NEL 2006 LA QUANTITA' DI FRUTTA E VERDURE PASSATA DAL MERCATO ALL'INGROSSO MILANESE

Il Mercato Ortofrutticolo all'ingrosso di Milano è il più grande d'Italia e fra i più importanti a livello europeo. In esso viene commercializzato il 10% di tutta la frutta e la verdura che transitano complessivamente nei mercati all'ingrosso italiani.

Nel 2006, la quantità di frutta e verdura commercializzata nel mercato milanese, secondo le rilevazioni statistiche di Sogemi, ha toccato quota 8.084.643 quintali, con un incremento del 5,67% rispetto al 2005, e confermando, quindi, il trend positivo degli ultimi anni.

“Il 2006” – ha dichiarato il nuovo presidente di Sogemi, Roberto Predolin - “ ha visto una grande crescita delle vendite di ortofrutta verso i Paesi dell'Ue, ma soprattutto verso quelli dell'Est Europa, con un aumento dell'export del 30%”.

Sono circa 3.000.000 di quintali i prodotti inviati all'estero dal Mercato Ortofrutticolo milanese, pari al 30% di tutte le merci commercializzate. Nel 2006, i prodotti più esportati all'estero sono stati: agrumi, uva, pere, pomodori, lattuga, melanzane, cavolfiori, finocchi e prezzemolo. Il 26% dei prodotti commercializzati nel Mercato, peraltro, provengono dall'estero: 16% dai Paesi Ue e 10% da Paesi extra Ue.

## PREZZI ALL'INGROSSO CON TENDENZA AL RIBASSO NEL 2006

Nel corso del 2006, ha sottolineato il presidente Predolin, i **prezzi all'ingrosso** dei prodotti rilevati da Sogemi nell'ambito dei suoi compiti istituzionali, hanno evidenziato una **sostanziale tendenza al ribasso**, con pochissime eccezioni, come quelle delle mele, aumentate di circa il 15% a seconda delle varietà, dei pomodori tondi lisci (+ 16%), dei pomodori costoluti (+ 4%) e dei limoni, i cui prezzi si sono mantenuti invariati. Le arance Tarocco sono calate tra il 10 e il 12%, i kiwi del 15%, le pere Abate del 10%, i cavoli verza del 58%, la cicogna catalogna del 61%, i finocchi del 65%, la lattuga cappuccio del 51%, le melanzane ovali del 40%, i pomidorini Cherry del 27%, il radicchio rosso di Verona del 43%, il radicchio precoce di Treviso del 31%. Le zucchine verdi scure grosse hanno avuto una riduzione del prezzo addirittura del 52%.

## I PRODOTTI PREFERITI DAGLI ACQUIRENTI DEL MERCATO ORTOFRUTTICOLO

Sempre nel 2006, i prodotti preferiti dagli acquirenti del Mercato Ortofrutticolo di Milano, sono stati : i pomodori (565.585 quintali); le arance (504.600 quintali); le pesche (397.665 quintali). A seguire: mele, patate, pere, uva, meloni, banane finocchi, peperoni, cavolfiori, carote e melanzane.

## I COLORI DELLA SALUTE

I pigmenti che danno il colore a frutta e verdura sono detti fitonutrienti. Sono sostanze scoperte di recente, ben diverse dalle vitamine. Hanno nomi difficili, come flavonoidi, fitati, isotiocianati, indoli,

fenoli, tioli, terpeni eccetera. Tutti hanno virtù insospettite, quali:

**ROSSO** - Pomodori, peperoni, ciliegie, fragole, angurie contengono fitonutrienti che tutelano il cuore, rafforzano la memoria e proteggono le vie urinarie.

**GIALLO/ARANCIO** – Il colore di carote, peperoni, mais, meloni, pesche, ananas, arance, segnala sostanze che fanno bene al cuore, agli occhi e che rafforzano il sistema immunitario.

**VERDE** – Insalate, zucchine, asparagi, piselli, rucola, basilico, mele verdi, avocado... Il loro colore è dovuto a fitonutrienti che proteggono ossa, denti e occhi.

**BIANCO** – Cipolle, aglio, scalogno, cavolfiori, finocchi, pesche bianche, banane ecc. prevengono la formazione del cosiddetto colesterolo cattivo.

**VIOLETTO** – Melanzane, fichi, uva nera, susine, more, mirtilli dispongono di centinaia di sostanze che proteggono il tratto urinario e sono anche anti- invecchiamento.

## **IMITAZIONI E CONTRAFFAZIONI MEGLIO DEL MADE IN ITALY ORIGINALE?**

Alla inaugurazione di CIBUS, il Salone dell'Alimentazione italiana di qualità di Parma, il presidente della Coldiretti, Sergio Marini, è tornato a lamentarsi con vigore delle contraffazioni e delle imitazioni del Made in Italy.

Con un valore di **16,7 miliardi** di euro, infatti, le esportazioni dei prodotti italiani "originali" nel mondo rappresentano soltanto **un terzo del mercato mondiale delle imitazioni** del Made in Italy, che ammonta a oltre **50 miliardi di euro**.

*"Siamo di fronte a un inganno globale per i consumatori" –ha detto Marini- " che causa danni economici e di immagine alla produzione italiana e che sul piano internazionale va combattuto cercando un accordo sul commercio internazionale nel WTO, dove è necessario intensificare la lotta ai pirati del cibo, che falsificano l'identità territoriale degli alimenti e impediscono la trasparenza degli scambi".*

Il presidente della Coldiretti ha fatto notare che **" l'export alimentare nazionale potrebbe moltiplicarsi per quattro, se dalle nuove regole sul commercio internazionale venisse un deciso stop alle falsificazioni e alla pirateria agroalimentare"**.

Secondo Marini, **l'indicazione dell'origine in etichetta è una necessità** per combattere questa agro-pirateria, perché l'omologazione degli alimenti, delle culture, dei saperi e la delocalizzazione delle attività produttive **" dà opportunità economiche, dignità e sviluppo a tutti i Paesi del mondo. Si tratta di una risposta democratica al bisogno di ogni popolo che si impegni nel rispetto dei diritti e della salvaguardia delle proprie specificità, per far riconoscere sui mercati internazionali i propri prodotti e valorizzare il territorio."**

La rigida applicazione della legge sull'obbligo di indicare in etichetta l'origine dei prodotti alimentari, in sostanza, può consentire di recuperare un vasto mercato del falso "Made in Italy", fatto senza prodotto agricolo nazionale, ma anche di **"esaltare e promuovere l'identità dei mille territori italiani"**.

Secondo la Coldiretti, due prosciutti su tre venduti in Italia provengono da maiali stranieri e non si vede. Sugli scaffali dei supermercati è straniero l'olio di oliva contenuto in una bottiglia su due, ma ai consumatori tutto viene venduto come "italiano". E' per questo che la Coldiretti, insieme a "Slow Food", ha lanciato un appello ai parlamentari italiani a sostegno della piena applicazione della legge 204 del 2004 sull'etichettatura di origine obbligatoria degli alimenti, che consente di **"accelerare con coerenza il percorso comunitario con l'estensione a tutti i prodotti alimentari dell'obbligo di indicare in etichetta l'origine della componente agricola impiegata"**.

## CONSUMI DI MASSA O CONSUMI DI NICCHIA PER IL VINO EUROPEO? MILLE VIGNERON CONFLUITI A MONTPELLIER PER OPPORSI ALLA DERIVA UE



Infuriano le polemiche in Europa dopo la decisione di Bruxelles di cancellare alcuni articoli della legge di iniziativa popolare 204 del 3 agosto 2004, sostenuta da un mezzo milione di firme raccolte dalla Coldiretti, da Slow Food e da altre organizzazioni agricole e del biologico, sulle norme che vorrebbero rendere obbligatoria, sulle etichette, l'indicazione dell'origine degli alimenti.

Secondo molti, Coldiretti, Cia, Confagricoltura, Slow Food ecc., le norme devono essere ripristinate a tutela dei consumatori e del territorio, oltre che della trasparenza dell'informazione. Mentre altri, fra cui potenti organizzazioni industriali e commerciali, sostengono che l'obbligo introdotto dalla legge 204 potrebbe nuocere, in termini di concorrenza, al libero mercato e alla circolazione dei prodotti, nonché agli industriali alimentari degli altri Paesi europei.

La prima risposta del Parlamento italiano, da parte della Commissione Agricoltura della Camera, è stata favorevole all'obbligo di indicare origine e provenienza in etichetta. Il Ministro De Castro ha commentato così: " *adesso abbiamo più forza per trattare a Bruxelles. E' stato un voto unanime e "bipartisan", che risponde ad una richiesta forte degli agricoltori e dei consumatori.*"

Il presidente di Slow Food, Roberto Burdese, ha annunciato comunque che proseguirà la raccolta di firme, per evitare un calo di tensione. " *La nostra iniziativa non è solo una partita in difesa del made in Italy, ma vuole spingere anche gli altri Paesi a varare leggi di questo tipo. Slow Food è pronta ad estendere la raccolta in tutta Europa. Coinvolgendo consumatori e parlamentari di ogni nazionalità per far giungere a Bruxelles un messaggio forte e chiaro.*"

Poiché in discussione ci sono anche le norme contestate sul vino, con l'ammissibilità dell'uso dei trucioli, un migliaio di "vignerons", piccoli produttori di vino francesi e italiani, si sono dati appuntamento per il 14 e 15 aprile a Montpellier con il chiaro obiettivo di far sentire la loro voce ai politici europei.

" *Il vero spauracchio*" – scrive Giancarlo Gariglio nella sua rubrica "Sostiene Slow Food" su La Stampa dell'8 aprile scorso- " *è che al vino sia destinato il medesimo trattamento dell'olio extra vergine: la possibilità di produrre con mosti importati da Paesi dell'Ue -Romania o Bulgaria- inserendo il nome della varietà, nebbiolo, sangiovese, chardonnay.. e di imbottigliare il prodotto con la dicitura in etichetta "made in Italy". I commercianti e gli industriali sembrano più forti e compatti che mai e pronti a far valere i loro interessi: basta leggere la bozza di riforma Ocm proposta dalla Commissione europea per scorgere fra le righe quanto la lobby delle grandi imprese sia riuscita a imporre il proprio punto di vista: per i vini da tavola si prospetta l'apertura a indicazioni oggi vietate in etichetta, come annata e vitigno.*"

A sua volta Carlin Petrini, il fondatore di Slow Food, strenuo difensore del made in Italy e, in generale, dei prodotti di territorio e di qualità, ha lanciato l'invito a tutti i cittadini italiani e ai nostri parlamentari, affinché, con la firma a difesa della legge 204/04, "sostengano i propri diritti e quelli degli agricoltori che hanno fatto del made in Italy un simbolo, grazie alla qualità dei loro prodotti".



## **LA SALUTE E' SERVITA: IN TAVOLA LA CURA E LA PREVENZIONE**

### **UN ALTRO SIGNIFICATIVO SUCCESSO, IL 23 MARZO 2007, NEL PERCORSO DI EVENTI GASTRONOMICO-CULTURALI DI "SAPERE. IL SAPORE DEL SAPERE"**

Quello che colpisce, ad ogni nuovo evento del progetto varato il 21 aprile del 2005 da Erredieffe per conciliare gusto e cultura, il piacere di mangiare e bere bene con l'approfondimento scientifico e la valorizzazione del patrimonio agroalimentare italiano, è il successo della formula, che si rinnova indipendentemente dal fatto che si parli di salute, di alimentazione, di benessere, di medicine alternative, di prezzi, di produzione o di distribuzione.

All'ultimo convegno del 23 marzo (in ordine di tempo, ovviamente, perché già sono annunciati quelli del 20 aprile, su zuccheri e glutine, di maggio, sulla "bellezza espressione di un corpo e di una mente sani", di giugno, su Feng Shui e Bioarchitettura, di settembre, sulle intolleranze alimentari, di ottobre, sull'erboristeria, e del 30 novembre sulla "bellezza senza età" ), dedicato all' **"Italia in tavola: il cibo come cura e prevenzione"**, i partecipanti erano così numerosi da costringere gli organizzatori a trasferirsi precipitosamente nel salone congressi di Palazzo Castiglioni, capace di 800 posti a sedere.

Un successo di partecipazione davvero lusinghiero, come ha ricordato Enzo Guercilena, direttore del Comitato Ingrosso Agroalimentare, che premia gli organizzatori di Erredieffe, ma anche il mondo delle imprese, istituzionalmente rappresentate dall'Unione del Commercio Turismo Servizi e Professioni di Milano, che nel progetto di "Sapere. Il Sapore del Sapere" hanno visto la possibilità di comunicare direttamente e correttamente con i consumatori. Perché i partecipanti di questi convegni, va sottolineato, non sono semplici auditori, ma veri e propri interlocutori.

"E' bello" – ha detto Guercilena, a nome della presidente del Comitato Agroalimentare e di Terziario Donne, Maria Antonia Rossini- "vedere tante persone partecipare, nella sede storica dell'Unione Commercio, a queste manifestazioni che accomunano approfondimenti culturali, sociali ed economici a conoscenze consapevoli di prodotti e sistemi commerciali. E' un bisogno non sporadico, ma continuativo e pressante, di "sapere consapevole",

quello che le richieste sempre più numerose di partecipazione a questi incontri mettono in evidenza”.

“Partecipando e sostenendo questi incontri, ormai veri e propri eventi, così intelligentemente organizzati da Rossella De Focatiis e dal suo staff di Erredieffe, l’Unione e la Camera di Commercio di Milano intendono corrispondere alle esigenze sempre più pressanti manifestate sia dalle imprese che dai consumatori in materia di comunicazione corretta e di conoscenza consapevole”.

## **LA SALUTE IN TAVOLA CON LA DIETA MEDITERRANEA**

Obiettivi, questi enunciati da Guercilena, subito confermati da **Annamaria Magno**, vicedirettore di Agriteam, azienda speciale della Camera di Commercio di Milano per agricoltura, territorio e ambiente. Nel suo intervento (“La salute in tavola”), la dottoressa Magno ha ricordato le numerose iniziative varate in materia di sicurezza e di qualità alimentari, con particolare riguardo alla valorizzazione, in Italia e all’estero, delle produzioni tipiche del territorio lombardo.

E che la salute si conquisti, e si conservi, a tavola, seguendo una dieta mediterranea sana ed equilibrata, nella quale siano presenti frutta, verdura, pasta e olio extra-vergine da olive, lo hanno sottolineato, nelle loro relazioni, **Giliola Braga**, biologa-alimentarista (“Frutta e verdura: alleati sempre più preziosi per la nostra salute”) e **Fabio Ambrosi**, neuropatia, docente ai Centri Formativi di Padova e all’Università Européenne Jean Monet di Bruxelles (“Dagli alimenti, dai vegetali e da fonti naturali: sostanze antiossidanti per la difesa dell’organismo”).

**Giuseppe Di Fede**, professore in medicina e biotecnologie, immunoterapia e ipertermia oncologica all’Università di Milano, ha insegnato come curare, con il cibo, patologie anche degenerative come il cancro. Lo studio del DNA, infatti, ha portato molte nuove conoscenze, ha ricordato Di Fede, su meccanismi fino ad oggi sconosciuti. “Abbiamo la certezza, ormai, che il cibo possa in qualche modo proteggerci e, in qualche caso, favorire l’insorgere di malattie. Da qui l’importanza fondamentale della **prevenzione**, evitando l’esposizione a fattori esterni ambientali nocivi come il fumo o i cibi dannosi e riducendo così il rischio di ammalarci. Sappiamo che il 4% circa dei tumori è favorito da fattori ambientali, come l’inquinamento atmosferico, **mentre il 30% è dovuto a ciò che mangiamo**”.

## **LE PROPRIETA’ MIRACOLOSE DELL’OLIO EXTRA VERGINE DA OLIVE**

Parlare di dieta mediterranea senza menzionare l’olio extra vergine da olive sarebbe, perlomeno, di cattivo gusto. Ma a parlarne, con la solita brillante competenza, c’era, al convegno di “Sapere.Il Sapore del Sapere” dedicato all’Italia in tavola, il dottor **Gino Celletti**, Capo Panel del COI di Madrid, assaggiatore nazionale professionista di olio e di olive,

consulente del Ministero dell'Agricoltura cinese per l'Oil China International Exhibition di Pechino. La sua relazione dal titolo chilometrico ("La salute si conserva mangiando... fenoli, antiossidanti, vitamine E, squalene e altri oligoalimenti dell'olio delle olive"), ma tutt'altro che noiosa, è stata accolta dall'auditorio con grande interesse, suscitando numerose domande e richieste di approfondimenti nel corso del dibattito conclusivo.

Di Gino Celletti e di come la pensa in materia di olio abbiamo parlato, e a lungo, in diversi numeri della Gazzetta dell'Agroalimentare. Ma ascoltarlo è sempre un piacere, come un raffinato piacere è l'assaggio degli oli da lui selezionati.

**“Diete alla moda? No, grazie. Io, dieta mediterranea”.** Questo è lo slogan che, secondo Celletti, rappresenta la vera emancipazione culturale a tavola, rivalutando il sistema di alimentazione basato esclusivamente sui prodotti del bacino mediterraneo, in particolare sull'**olio da olive**. Ed è questo lo slogan adottato dalla Commissione del Senato USA (Dietary Goals). “Dal novembre 2004” –ha ricordato Gino Celletti- “su indicazione della FDA è possibile scrivere sulle bottiglie di olio extra-vergine vendute negli States che: **23 grammi (2 cucchiaini da tavola) di olio delle olive assunti giornalmente riducono il rischio di malattie cardiovascolari.**”

Una frase del genere, così categorica, non era mai stata autorizzata per nessun altro alimento ed è chiaro, secondo Celletti, che l'autorizzazione è venuta, dopo lunghe ricerche approfondite, per garantire la salute dei consumatori americani in modo trasparente e incisivo. “Lo slogan, infatti, sintetizza anni di studi e di ricerche condotti dal prof. **Ancel Keys**, uno dei maggiori studiosi del mondo di problemi nutrizionali, che negli anni '50 partì dagli USA per dare vita al **Seven Countries Study**, studio comparativo dei regimi alimentari in 7 Paesi di 3 Continenti (Finlandia, Grecia, Italia, Olanda, Stati Uniti e Jugoslavia. Si stabilì a Positano, nel Golfo di Policastro perché aveva constatato nella popolazione contadina locale una minore incidenza di malattie gastro-intestinali, cardiovascolari e arteriosclerotiche rispetto ai propri connazionali d'America. A Positano sviluppò ricerche su ciò che i contadini mangiavano: pane, pasta, frutta, verdura, tanti legumi e buon olio da olive, poco pesce e niente carne. Alimentazione povera, in poche parole: non si mangiava carne perché non la si poteva comprare. “

Mentre scoppiava in Italia il boom economico degli anni '60, che impose la moda della bistecca quotidiana, Keys, con vent'anni di sperimentazioni sulle spalle, lanciava al mondo il suo avvertimento: **“se volete vivere più sani e più a lungo, nutritevi come si sono sempre nutriti i contadini dell'Italia meridionale”** (Dal libro di Ancel Keys “Mangiar bene e star bene”).

“Altri studiosi, dopo Keys, hanno confermato che **la salute si conserva mangiando** (Willet nel 1995, Trichopoulos nel 2003, Lipworth nel '97 e nel 2005), soprattutto nel ridurre l'incidenza delle malattie cardiovascolari (CHD) e di alcune neoplasie.

Gli alimenti “salva vita” sono quelli evidenziati da Keys: pasta, legumi, frutta e verdura, poco vino e buon olio da olive.”

“Si era pensato” –ha concluso il dottor Celletti- “ che i benefici per la salute fossero dovuti essenzialmente al tipo di grassi contenuti in questi alimenti, e cioè all’alto contenuto di acidi grassi monoinsaturi (acido oleico 18:1, a.linoleico 18:2, a.linoleico 18:3) e ai bassi contenuti di acidi grassi saturi (a.margarico 17:0, a.stearico 18:0, a. arachidico 20:0). Recentemente, invece, è stato messo in evidenza **il benefico ruolo dei componenti cosiddetti “minori” dell’olio delle olive, come gli antiossidanti.** Gli antiossidanti sono i **polifenoli** dell’olio, di cui la Vitamina E è la forma più diffusa. In natura esistono 8 forme di vitamine E. Nell’olio ne ritroviamo una, l’ALFA-TOCOFEROLO (conferisce gusto amaro all’olio) molto attiva, il cui fabbisogno giornaliero negli adulti è di almeno 8 mg. La sua mancanza provoca stanchezza, irritabilità, debolezza muscolare. Nei neonati può portare anche ad anemia emolitica. Per quanto riguarda gli “**antiossidanti**”, il loro compito è quello di inibire, appunto, l’ossidazione delle nostre cellule. L’assunzione di antiossidanti protegge le cellule e ne allunga la longevità, riducendone l’invecchiamento per gli attacchi dei radicali liberi ossidati. Ed era questo il risultato più eclatante che aveva meravigliato Keys.

Oggi sappiamo che i **Polifenoli sono molecole biologicamente rilevanti nel ridurre in vivo i rischi di infarti e di altre malattie cardiovascolari.**”

In definitiva, secondo Celletti, l’assunzione regolare dei polifenoli contenuti nell’olio extravergine da olive riduce la mortalità “a tavola, con sommo piacere”. ([www.frantoicelletti.com](http://www.frantoicelletti.com))

### **IL CIBO BIO PER LA SALUTE DELL’UOMO E DELLA TERRA.**

Sul latte e su formaggi come fonti di elementi essenziali per l’alimentazione dell’uomo ha fatto chiarezza **Piero Maria Toppino**, che è stato per molti anni direttore dell’Istituto Sperimentale lattiero-caseario di Lodi.

**Fabio Brescacin**, presidente di Ecor, ha ricordato, nella sua relazione, che è il cibo biologico, soprattutto, a far bene all’uomo e alla terra.

Sulla scorta delle relazioni, il vice-capo redattore del mensile “**Starbene**”, **Alessandro Pellizzari**, ha introdotto e “moderato” il vivacissimo dibattito finale con il pubblico, che anche in questa occasione ha dimostrato di essere ben preparato sul tema del cibo e della salute.

### **NUOVI APPUNTAMENTI IN APRILE, MAGGIO E GIUGNO**

A dimostrazione che su questo argomento non se ne sa mai abbastanza, è già pronto e scodellato in tavola un nuovo appuntamento per **venerdì 20 aprile 2007, dalle 14.30 alle 18.30**, sempre a **Palazzo Castiglioni sede dell’Unione Commercio TSP**, in corso Venezia 49.

Si parla di “**Zuccheri e glutine**” e di come modularli nella nostra alimentazione.  
In maggio, altro convegno su ‘**la bellezza come espressione di un corpo e di una mente sani**’.

Partecipazione gratuita, ma prenotazione obbligatoria a Erredieffe, via A.Maffi 13/A, 20162 Milano tel. 02 66114397. ([www.saporedel sapere.it](http://www.saporedel sapere.it). e-mail: info@saporedel sapere.it)

**S. Lolli**



# Sicurezza Alimentare e Qualità

## OCCORRONO CONTROLLI PIU' EFFICACI PER EVITARE IMPORTAZIONI A RISCHIO SALUTE DAI PAESI EXTRACOMUNITARI COME LA CINA

E' stata commentata positivamente da tutte le organizzazioni agricole, industriali e commerciali, l'operazione condotta di recente dalla Guardia di Finanza a Napoli su alcune importazioni via mare dalla Cina, che ha messo in evidenza la presenza di prodotti agro-alimentari taroccati o con elevati rischi sanitari.

In Italia, l'import agroalimentare dalla Cina riguarda soprattutto pomodori e derivati, legumi secchi, funghi e tartufi essiccati, ortaggi sottaceto, ma anche mele e carni di pollo, sequestrate per il rischio di salmonellosi.

Il 46% delle notifiche di rischio per la sicurezza alimentare comunicate dai Paesi dell'Ue riguardano prodotti importati da Paesi extracomunitari come la Cina. Prodotti respinti alle frontiere perchè potenzialmente pericoli per la salute, come risulta dal Rapporto annuale sul sistema rapido di allerta per le derrate alimentari (RASFF) pubblicato dalla Commissione Europea.

Secondo la CIA, la Coldiretti e le altre organizzazioni agricole, la situazione messa in evidenza dal blitz della Guardia di Finanza a Napoli deve essere affrontata con misure che garantiscano la trasparenza delle informazioni, come l'**etichettatura di origine**, la cui obbligatorietà nel 2006 ha fatto dimezzare le importazioni di pomodoro concentrato dalla Cina, destinato a essere mischiato con quello italiano e spacciato come "Made in Italy" sul mercato internazionale.

*"Dopo anni di forte crescita" - sottolinea la Coldiretti- " le importazioni di pomodori conservati dalla Cina sono **drasticamente crollate** dai 98 milioni di chili del 2005 ai 58,5 milioni del 2006".*

*" Un esempio concreto di come la trasparenza dell'informazione rappresenti una tutela del mercato nei confronti di truffe e contraffazioni, ma anche di problemi per la salute, per alimenti trasportati per migliaia di chilometri da un Paese come la Cina, che ha regole sanitarie profondamente diverse da quelle europee".*



## **SECONDO LA COMMISSIONE AGRICOLTURA DELLA CAMERA LE NORME SULLA ETICHETTATURA OBBLIGATORIA DEVONO ESSERE RIPRISTINATE DALL' UE.**

La prima risposta del Parlamento italiano allo stop di Bruxelles, che ha cancellato alcuni articoli della legge di iniziativa popolare del 2004 (che prevede l'obbligo di indicare in etichetta il luogo d'origine o provenienza e, nel caso degli oli da olive extra vergini, il luogo di coltivazione e di molitura), è venuto ai primi di aprile dalla Commissione Agricoltura della Camera: **le norme vanno ripristinate.**

"E' un atto politico" - ha rilevato il presidente della Commissione, Marco Lion- " perché il Parlamento solleciti il Governo italiano a difendere la normativa italiana contro lo stop UE, anche di fronte alla Corte di Giustizia della Ce".

### **LA DIFESA DELL'OLIO D'OLIVA ITALIANO PARTE DALL'ETICHETTA**

E' partita da una conferenza stampa promossa al Vinitaly di Verona da Slow Food e Coldiretti l'iniziativa volta ad "applicare al più presto la legge che obbliga le aziende a indicare sulle etichette dell'olio extra vergine da olive (come ci ha insegnato a chiamarlo il dottor Celletti..) **la zona di coltivazione delle olive, anziché quella di imbottigliamento.**

**"Il 50% dell'olio indicato come italiano e venduto nei supermercati"** - sostiene il comunicato ufficiale- " è spremuto da olive di cui non si conosce la provenienza".

"Ma l'Unione Europea ritiene che riportare in etichetta l'origine degli alimenti sia di ostacolo alla concorrenza e al libero mercato. Per questo, Coldiretti e Slow Food chiedono che il disegno di legge comunitario 2007, in discussione nel nostro Parlamento, venga fermato al più presto".

"Se il disegno di legge UE dovesse essere approvato" - continua il comunicato- "la dicitura **"italiano"** sulle etichette di olio, pasta, bevande, carni bianche e altri prodotti tipici dell'agroalimentare del nostro Paese, potrebbe scomparire.

Il provvedimento comunitario, tuttavia, deve ancora passare all'esame del Parlamento e può essere bloccato. Fermarlo, questo disegno di legge, è una necessità, secondo Slow Food e le altre organizzazioni agricole e biologiche, " per impedire un inganno che mette a rischio la produzione nazionale di qualità e con essa i 250 milioni di piante, molte delle quali secolari, che contribuiscono alla bellezza del paesaggio e alla salute del nostro ambiente".

Gli italiani, com'è noto, sono tra i maggiori consumatori al mondo di olio d'oliva, con circa 13/14 chili all'anno pro-capite. Il nostro Paese, con le sue 600.000 tonnellate e un fatturato

di 2 miliardi di euro, è il secondo produttore europeo.

“Ma la chiarezza sull'etichetta” – specifica il comunicato- “ non va a beneficio soltanto dell'Italia. Occorre, quindi, che la legge 204/04 venga difesa da tutti e che si avvii una riflessione generale sulle questioni alimentari, non solo pensando alle esigenze italiane, ma anche a quelle degli altri Paesi con economia più debole”.

## **“EXPO 2015” A MILANO? OK DI ARGENTINA E CENTRO AMERICA**

La visita che Roberto Formigoni ha compiuto in marzo in Centro America per presentare la candidatura di Milano come sede per l' EXPO Universale del 2015, ha avuto successo: El Salvador, Costa Rica e Nicaragua hanno dato la propria disponibilità a sostenerla. In particolare, il presidente di El Salvador, Elias Saca Gonzales, ha assicurato ufficialmente la scelta di Milano.

Il vice presidente del Costa Rica ha detto che “Milano ha una forza di irradiazione culturale che pochi altre città hanno”. All'appoggio dei tre Paesi centro-americani si è poi aggiunto anche il consenso del vice-presidente dell'Argentina, Daniel Osvaldo Scioli, che ha dimostrato grande interesse per il tema dell'EXPO 2015: **‘Nutrire il pianeta, energia per la vita’** Buona parte dell'economia argentina si basa sull'agro-alimentare

# AGRO PIRATERIA

## AGRICOLTORI DEL MEDITERRANEO, UNIAMOCI CONTRO L'AGROPIRATERIA

L'appello di Giuseppe Politi, presidente della Confederazione Italiana degli Agricoltori, Cia, è inequivocabile: la lotta contro l'agropirateria è prioritaria e occorre una grande alleanza delle organizzazioni agricole del bacino del Mediterraneo per allargare il fronte comune contro le contraffazioni e le truffe alimentari. "Solo una cooperazione fondata su azioni concrete può dare prospettive a entrambe le sponde. Occorre puntare alla creazione di organismi soprannazionali".

Intervistato da Maurizio Tropeano su La Stampa, il presidente della Cia non ha dubbi: "la situazione è ormai insostenibile, ogni anno l'agricoltura italiana perde 2,8 miliardi a causa del crescente assalto dell'agropirateria sui mercati internazionali. Ma la battaglia per la tutela dei prodotti nazionali riguarda anche i nuovi produttori. Anche loro devono difendersi dalle importazioni da Cina, Australia o Argentina."

Ritiene Politi che l'azione concreta da svolgere sia la diversificazione produttiva. "Diversificare è una esigenza per non arrivare con gli stessi prodotti e nello stesso periodo nei medesimi mercati. Occorre, perciò, tentare di realizzare produzioni differenti, in modo da non entrare in conflitto, L'imperativo è diversificare per migliorare".

Nota l'intervistatore che nel 2010 entrerà in funzione l'area del libero scambio tra i Paesi del Mediterraneo. Come affrontare questa sfida?

Secondo il presidente Politi, " per l'agricoltura italiana la liberalizzazione degli scambi può significare maggiore concorrenza, ma potrebbe anche tradursi in positive integrazioni con i produttori locali dalle elevate potenzialità di sviluppo sul fronte del commercio internazionale".

Ma, avverte Politi, "ogni sforzo dell'Italia non sarà sufficiente se non si superano gli attuali limiti strutturali (ponti, strade, reti ferroviarie..) che frenano la crescita di numerose aree agricole del Paese, in particolare del Mezzogiorno".

E, fra le infrastrutture che servono all'agricoltura italiana, il presidente della Cia indica, oltre al "passante" che attraversa le regioni del Nord, il "Corridoio 8", che collega la sponda adriatica con le regioni che si affacciano sul Mar Nero. Un collegamento indispensabile per dar modo alla agricoltura meridionale e a quella dei paesi della sponda Sud del Mediterraneo di trovare nuovi canali per i mercati internazionali.

L'Italia, insomma, può competere soltanto se supera i limiti delle infrastrutture.

## NEL 2010 GLI USA SARANNO I PRIMI CONSUMATORI DI VINO DEL MONDO. E UN TERZO DELLE BOTTIGLIE IMPORTATE IN USA SONO "MADE IN ITALY"

Gli americani che bevono vino sono passati, nel giro di pochi anni, dal 10 al 30% della popolazione e, soprattutto i giovani, preferiscono le bottiglie italiane e francesi

Nel 2010 gli Stati Uniti saranno i primi consumatori di vino nel mondo.



# In poche parole.....

## **LA MAXI-COTOLETTA MILANESE SFILERA' AL COLUMBUS DAY.**

La cotoletta più grande del mondo, preparata dai macellai milanesi, sfilerà a New York in ottobre, in occasione del *Columbus Day*, insieme alle altre specialità gastronomiche lombarde. E' una tradizione, quella della *milanese*, che viene difesa da anni dagli "Amici dell'arte della carne", associazione creata da una trentina di macellai milanesi per salvaguardare l'antica professione dall'invasione degli Iper e Super.

## **IL MACELLO CHIUDE E LIBERA UN'AREA DI 136.000 MQ "DA RILANCIARE."**

Il 30 marzo scorso la Giunta comunale milanese ha ufficializzato la decadenza della concessione del servizio del pubblico macello, che chiude e libera un'area di 136.000 mq . Soddisfatto il presidente di Sogemi, Roberto Predolin: "Ormai il mantenimento del pubblico macello era antieconomico. Dall'area dell'ex macello partirà il rilancio di Sogemi."

## **ALLEANZA VERONA-MILANO PER RILANCIARE IL SETTORE PANIFICAZIONE.**

E' stata sottoscritto, il 28 marzo 2007, un accordo tra VeronaFiere ed Expo Cts (società partecipata a maggioranza da FieraMilano) per la promozione e la valorizzazione dell'arte della panificazione. Prime uscite: dal 5 al 9 maggio a Verona col Siab e dal 19 al 23 ottobre 2007 a FieraMilano con l' Host-Mippp (Milano Pane Pasta Pizza).

## **LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE ALL'ORDINE DEL GIORNO DEL G8.**

La lotta al fenomeno della contraffazione, che oggi rappresenta il 7% almeno dell'intero commercio mondiale, pari a oltre 450 miliardi di dollari, secondo l'Ocse, sarà all'ordine del giorno del prossimo G8. L'alto commissario Ue per la lotta alla contraffazione, Giovanni Kessler, ha avviato a fine marzo i lavori di un tavolo con imprese, lavoratori e consumatori per elaborare strategie di contrasto, sottolineando che " *occorre una chiara risposta internazionale*".

## **"FA LA COSA GIUSTA" PER IL CONSUMO CRITICO E GLI STILI COMPATIBILI.**

Si è tenuta con successo, dal 13 al 15 aprile scorso, a FieraMilanoCity, la quarta edizione di " Fa la cosa giusta", la tre giorni del "consumo critico e degli stili di vita compatibili". 400 espositori, 40 convegni e workshop tematici e oltre 30.000 visitatori: tutto quello che bisogna sapere sul consumo critico è stato spiegato in fiera, dai prodotti dell'agricoltura biologica ed equo sostenibile al turismo responsabile, dall'arte del riciclo alla efficienza energetica, dalla finanza etica alla cultura. C'è che immagina per la Terra un fosco futuro e chi cerca di scongiurarlo con ogni mezzo fin da oggi.

**DOP E IGP A QUOTA 159.** Sale a quota 159 il numero dei prodotti PDO e IGP italiani che hanno ottenuto il riconoscimento comunitario.

### **MADE IN ITALY IN FORTE CRESCITA, MA ATTENZIONE ALL'AGROPIRATERIA.**

Finalmente nel 2006 si è avuta una crescita significativa della congiuntura agroalimentare italiana, dopo anni di magre soddisfazioni.

Ma preoccupa il fenomeno dilagante delle contraffazioni e dell'agro-pirateria. Solo una grande alleanza fra gli agricoltori del Mediterraneo, secondo le organizzazioni rappresentative nazionali delle imprese agricole, può garantire *“uno sviluppo solido e duraturo”*.

### **IL MESE DI MAGGIO CONSACRATO ALLA CHIANTINA.**

Maggio sarà il mese dedicato alla Chianina, in Toscana, Lazio e Umbria. Ci saranno manifestazioni dirette a far conoscere e a promuovere la pregiata carne conosciuta in tutto il mondo grazie alle “fiorentine”, ma anche a risolvere i problemi della filiera nell'interesse dei consumatori.

### **STRASBURGO VUOLE LA RIFORMA DELLA PAC, MA I NUOVI ENTRATI ...**

Negli stessi giorni in cui l'Europarlamento negava ogni possibilità di contaminazioni da Ogm nei prodotti da agricoltura biologica, fissando una soglia massima dello 0,1%, gli europarlamentari, riuniti in sessione plenaria, adottavano la relazione presentata dall'ungherese Csaba Sandor Tabajdi (PSE), nella quale si dice chiaro e tondo che *“i nuovi Stati membri sono stati discriminati nell'ambito della Politica Agricola Comune”*.

### **IL SAN DANIELE RIFA' IL LIFTING AL DISCIPLINARE.**

Il disciplinare di produzione del prosciutto di San Daniele è stato rinfrescato, corretto e migliorato con una operazione di lifting che il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, con decreto del 21 marzo 2007, pubblicato sulla G.U. n.77 del 2 aprile 2007, ha approvato.

### **PARMIGIANO-REGGIANO IN CRESCITA E PARMA ESPORTA IL DISTRETTO.**

Consumi in crescita, nel 2006, per il Parmigiano-Reggiano.

E Parma decide di esportare il distretto: un Agropark in India per produrre il meglio della gastronomia italiana. Se si possono esportare prodotti, impianti e know how, è il ragionamento lapalissiano, si può esportare anche un intero distretto industriale.

### **CRESCONO LE AZIENDE VITIVINICOLE IN MAGLIA ROSA.**

Cresce il numero delle aziende vitivinicole condotte da donne. Ne ha preso atto, con soddisfazione, la nuova presidente dell'Associazione “Donne del Vino”, Pia Donata Berlucci, in occasione del convegno tenutosi in aprile al Vinitaly di Verona.

### **BOOM DI PRESENZE STRANIERE AL 41° VINITALY DI VERONA.**

Sono aumentati del 15% gli operatori stranieri all'edizione del 2007 di Vinitaly. I visitatori non italiani, infatti, hanno raggiunto le 38.000 presenze e il 63% di loro sono operatori commerciali. Sono aumentati, peraltro, del 4%, anche i visitatori italiani, con una forte presenza della ristorazione,

dei wine bar, delle enoteche, perché in Italia abbiamo un sistema distributivo più articolato che all'estero.

### **LA NOVITA' PIU' IMPORTANTE DI VINITALY: IL "TASTE ITALY".**

Secondo Giovanni Mantovani, direttore generale di VeronaFiere, la novità più rilevante della 41° edizione di Vinitaly è stata una iniziativa rivolta in maniera specifica agli addetti ai lavori: il "Taste Italy". Un'area riservata, posta al II piano del Palaexpo, nella quale le aziende invitate hanno potuto presentare a 5.000 operatori esteri e giornalisti selezionati, due vini: un "top product" e un "new product". Si sono così evitate dispersioni e si sono concentrati i canali di comunicazione tra azienda e operatore.

### **SPLENDIDA ANNATA IL 2006 PER IL BRUNELLO DI MONTALCINO,**

E' stato presentato a Montalcino, nel corso dell'annuale cerimonia, il Brunello 2006, un "5 stelle" da conservare. Al contrario del 2002, annata da due misere stelle, entrata adesso in commercio, ma senza le caratteristiche adatte a un lungo invecchiamento, il Brunello 2006 promette di fare faville sui mercati esteri, che assorbono il 60% della produzione in 60 Paesi. Le ottime condizioni meteo dell'anno passato hanno permesso alle uve di arrivare a maturazione in maniera graduale ed equilibrata, con ottima concentrazione, elevata acidità, profili aromatici complessi e gradazioni importanti. Quello del 2006, insomma, è un Brunello da conservare. E da vendere bene all'estero.

### **E' IL CHIANTI IL VINO PIU' VENDUTO NEL 2006 DALLA G.D.O.**

Chianti, Montepulciano d'Abruzzo, Sangiovese, Nero d'Avola, Merlot, Pinot, Bonaria, Barbera, Fermentino e Barbera d'Asti: è questa la classifica dei top ten, elaborata dalla Nielsen per Vinitaly, dei vini a denominazione d'origine più venduti nel canale della grande distribuzione. Per quanto riguarda, invece, i vini che hanno fatto registrare il maggior tasso di crescita nel 2006, la classifica è questa: Brunello di Montalcino, Nero d'Avola, Gewurztraminer, Morellino di Scansano, Verdicchio di Jesi, Dolcetto d'Alba, Bonaria Oltrepò, Barbaresco, Chardonnay e Rosso di Montalcino. Nel 2006 la quota di mercato della G.D.O. nella vendita di vino ha raggiunto il 69,2% a volume, con una crescita dello 0,2% rispetto al 2005 e un incremento del 2,5% del valore.

### **L'ITALIA FA VENIRE IN MENTE AGLI STRANIERI "CIBO E VINO".**

Secondo una indagine dell'Istituto Piepoli, commissionata dal Comitato Leonardo e dall'ICE, alla domanda: "Cosa le fa venire in mente l'Italia?", il 46% degli intervistati ha messo al primo posto "cibo e vini". Il 49%, inoltre, dichiara di avere acquistato vini italiani. Molti degli intervistati, tuttavia, hanno espresso qualche perplessità sul futuro dei nostri prodotti top, a causa dell'economia in difficoltà. Il consiglio ai nostri produttori ed esportatori è quello di abbassare i prezzi e di migliorare la distribuzione, raggiungendo aree nuove e non solo grandi città.

**IL VINO IN GIAPPONE E' "STATUS SYMBOL".** Dopo il boom degli anni '90, seguito da un periodo di declino, nel 2006 l'export di vino italiano in Giappone risulta di nuovo in crescita, ma sembra ancora legato al successo dei ristoranti italiani.

### **CINA, UN GIGANTE CHE BERRA' VINO.**

Oltre 6.000 operatori professionali, tra importatori, buyer, enotecari, ristoratori e pubblico, hanno visitato l'ottava edizione di "Vinitaly China e Cibus 2006", svoltasi dal 23 al 26 novembre 2006 al Shanghai Exhibition Centre. 200 i partecipanti alla Fiera e 3.500 i visitatori professionali registrati. La rassegna di Shanghai ha sancito la prima realizzazione dell'accordo strategico siglato con

Fiere di Parma per creare, con Cibus, un sistema integrato per la promozione dell'agroalimentare italiano all'estero.

"Fare cultura del vino in un Paese dove il consumo è agli inizi è un passo obbligato", ha detto il Ministro Paolo De Castro.

### **INDIA, MERCATO DIFFICILE MA AFFASCINANTE PER I VINI ITALIANI.**

"Vinitaly India" si è svolta dal 15 al 18 gennaio 2007 a Mumbai e New Delhi, Tre giorni in questo immenso continente con 1,1 miliardi di abitanti, dove i dazi doganali possono arrivare al 250% del valore e dove, in alcuni Stati, c'è ancora il divieto di vendere alcolici. Da notare che nella lingua ufficiale, l'hindi, non esiste la parola vino. Un Paese tuttavia stimolante, che vede tutto in forte crescita, compreso il consumo di vino. Una cinquantina di produttori italiani, con 300 etichette, che hanno partecipato alla missione a New Delhi e Mumbai, cuore commerciale dell'India, capitale della moda e della cinematografia, che da sola rappresenta il 40% del mercato enologico indiano. Da notare che l'India, oltre ad aprirsi al consumo di vino, sta diventando anche un Paese produttore.

(Spunti e notizie ricavati dallo "Speciale Vinitaly" del Corriere Vinicolo n. 13/2007)