



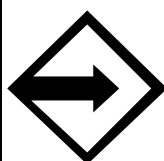
LA GAZZETTA DELL'AGRO ALIMENTARE E DEI MERCATI

Foglio della convenzione per la difesa
delle piccole aziende grossiste

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

NOTIZIARIO ASCOM

Unione 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: Simonpaolo Buongiardino
Direttore: Enzo Guercilena



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

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

Stampato con mezzi propri



SOMMARIO

Roberto Predolin nominato nuovo Presidente della Sogemi spa.-

Grandi Eventi: Nutrire il pianeta, energia per la vita; Questo il tema scelto da Milano per l'Expo del 2015.-

Sicurezza Alimentare

- Sicurezza alimentare e competitività delle imprese. Consumatori e imprenditori a confronto su provenienza e rintracciabilità degli alimenti in un convegno di Certiquality.-

Parliamo tanto di BIO

- Dal piano strategico rurale pronti 16 miliardi per le imprese "BIO"

Dall'Unione Europea

- Accordo in Europa sul formato delle confezioni alimentari

Dalla Commissione Consiliare per la filiera agroalimentare di Confcommercio:

- Gli avvenimenti più significativi dal 21 dicembre 2006 all'8 gennaio 2007

Economia – Mercati – Consumi

- Il falso made in Italy nell'agroalimentare vale 50 miliardi di euro.-
- Il mondo delle imprese milanesi gode di ottima salute e cresce.-
- Tre miliardi di euro sulle tavole degli italiani per il natale 2006.-

EVENTI

- La qualità alimentare italiana arriva in Cina con Vinitaly/Cibus
- Sapere.. Il sapore del sapere – Convegno 26 gennaio 2007: "Soluzioni naturali per le ossa e le articolazioni"
- Sapere... il sapore del sapere – Convegno 23 febbraio 2007: "Medicina naturale e preventiva a difesa dell'uomo"

FIERE

- Dal 5 all'8 maggio 2007 a Fieramilano con "Tuttofood" il meglio della produzione agroalimentare del mondo.-

Appello di Gino Celletti ai produttori di olio d'oliva di qualità per conquistare la Cina.-

CURIOSITA'

Chiuso in redazione il : 15/01/2007

ROBERTO PREDOLIN NOMINATO NUOVO PRESIDENTE DELLA SO.GE.MI.

Come ampiamente previsto, Roberto Predolin, ex assessore alle Attività Produttive del Comune di Milano nella giunta Albertini, è stato nominato presidente della SO.GE.MI., la società che gestisce i mercati pubblici all'ingrosso di via Lombroso.

Roberto Predolin, che succede a Lombardi, ha maturato una notevole esperienza, come assessore, nel settore dei mercati pubblici e conosce i molti problemi degli operatori grossisti, con i quali ha sempre avuto un ottimo e frequente rapporto. Sembra, quindi, l'uomo giusto per superare le numerose difficoltà, finanziarie, sanitarie, sindacali, di sicurezza, di struttura, che agitano i mercati.

E' quanto sperano gli operatori, perché i mercati all'ingrosso, e in particolare l'Ortomercato, hanno urgente bisogno di essere riorganizzati e sostenuti con caratteristiche più efficacemente manageriali rispetto al passato.

Cambio della presidenza anche a "Milano Ristorazione", la società del Comune che provvede alla somministrazione dei pasti nelle scuole e che negli ultimi tempi era entrata nell'occhio del ciclone per le proteste di alcuni genitori, preoccupati della qualità dei cibi. Michele Carruba, docente di Farmacologia, sostituisce alla presidenza Ivan Dragoni.



GRANDI EVENTI:

“NUTRIRE IL PIANETA, ENERGIA PER LA VITA” QUESTO IL TEMA SCELTO DA MILANO PER L'EXPO DEL 2015.

Smirne e Milano, le due città candidate per l'EXPO 2015, si sono confrontate a fine dicembre a Parigi, di fronte ai 98 rappresentanti dei Paesi che hanno diritto di voto e che nel marzo del 2008 dovranno decidere dove dovrà essere ospitata l'esposizione universale del 2015.

Il Sindaco di Milano, Letizia Moratti, ha presentato ufficialmente la candidatura milanese, annunciando il tema scelto: **“Nutrire il pianeta, energia per la vita”**.

Un tema, questo, che ha avuto l'appoggio della “Campagna del millennio”, promossa dalle Nazioni Unite per sostenere gli obiettivi fondamentali dei prossimi anni: trovare una soluzione alla fame, alla povertà, alle malattie che attanagliano ancora molti Paesi del globo.

Sia il Sindaco Letizia Moratti, che il presidente della Provincia, Filippo Penati, alla presentazione della candidatura milanese, si sono detti estremamente fiduciosi sulle possibilità che Milano riesca a recuperare i sei mesi di ritardo rispetto a Smirne nella preparazione dell'offerta, pur non ignorando che la città turca è una temibile e agguerrita concorrente, perché “la Turchia, con la sua volontà di entrare in Europa e dopo la recente visita del Papa, è un Paese su cui sono puntati i riflettori”.



SiCuReZzA aliMeNtArE

SICUREZZA ALIMENTARE E COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE CONSUMATORI E IMPRENDITORI A CONFRONTO SU PROVENIENZA E RINTRACCIABILITA' DEGLI ALIMENTI IN UN CONVEGNO DI CERTIQUALITY

Il consumatore è sempre più attento alla sicurezza alimentare e questa attenzione impegna le imprese produttrici e distributrici a ricercare una sempre maggiore qualità dei prodotti messi in vendita.

La normativa, d'altra parte, è divenuta man mano sempre più severa, per rassicurare il consumatore circa la provenienza e la rintracciabilità degli alimenti.

La rilevanza della produzione alimentare nell'economia del Paese è un altro fattore importante da tenere presente, anche perché ha ricadute significative su numerosi comparti e settori produttivi e dei servizi. Da non trascurare poi le produzioni tipiche, che stanno acquisendo sempre più mercato in Italia e nel resto del mondo.

A tutte queste problematiche, che investono produzione, commercio e consumatori, ha fornito risposte esaurienti il Convegno organizzato il 27 Novembre scorso da Certiquality al Circolo della Stampa di Milano.

Oltre a importanti e rappresentativi relatori della produzione alimentare, della Grande Distribuzione (il commercio tradizionale era, ahimè, presente solo come auditore!) e delle istituzioni, hanno parlato e discusso al Convegno un rappresentante dei NAS e uno dei consumatori.

Dopo l'introduzione del presidente di Certiquality, Giampiero Bellini, e l'illustrazione tecnica del direttore generale, Paolo Giuiuzza, sulle novità della normativa, hanno parlato Gianni Di Falco di Federdistribuzione ("Le esigenze della GDO"); Filippo Trafiletti di Confagricoltura ("La produzione primaria e la qualità del prodotto"); Luigi Rossi di Montelera, presidente di Federalimentare ("La difesa del prodotto italiano") e Viviana Beccalossi, vice-presidente Regione Lombardia ("La politica della Regione Lombardia in difesa del prodotto italiano").

Alla Tavola rotonda, moderata da Alessandro Mastrantonio di Agrisole-II Sole 24 Ore, hanno preso parte: Andrea Corsari di Granarolo SpA, Filippo Amoretti di Brendolan Prosciutti, Massimiliano Dona dell'Unione Nazionale Consumatori e il Colonnello Laopoldo De Filippi, del Comando NAS di Milano.

(Atti del convegno e della tavola rotonda: Certiquality, via del Giardino 4, 20123 Milano. Tel. 02 8069171 – certiquality@certiquality.it)

Parliamo tanto di BIO

DAL PIANO STRATEGICO RURALE PRONTI 16 MILIARDI PER LE IMPRESE "BIO"

Le 50.000 imprese agricole biologiche italiane sono in grande fibrillazione dopo l'approvazione del Piano strategico nazionale per lo sviluppo rurale, che metterà a loro disposizione, attraverso le Regioni italiane, dopo il benessere di Bruxelles, 8,3 miliardi di euro.

A questa già considerevole somma, messa a disposizione dall'UE, si aggiungeranno quasi altrettanti miliardi del Governo italiano, per un totale di circa 16 miliardi di euro.

Fabio Carnemolla, presidente di Federbio, l'associazione che raggruppa a livello italiano tutte le imprese del biologico e del biodinamico, ritiene l'occasione importantissima per il settore, "purchè non si distribuiscano inutili aiuti a pioggia, ma si dia impulso a investimenti seri per il futuro, riconvertendo il nostro sistema agricolo verso una agricoltura pulita".

Una agricoltura, cioè, che metta al bando gli ogm e i prodotti chimici di sintesi nelle coltivazioni, negli allevamenti, nelle trasformazioni industriali, secondo precise normative europee.

Perché il nostro Paese, per essere competitivo sui mercati esteri, ha la **necessità assoluta**, secondo Gabriele Canali, docente di economia dei mercati agroalimentari all'Università Cattolica di Piacenza, "di puntare sempre di più sulle produzioni di qualità, di cui il biologico fa parte. Il Piano strategico nazionale prevede incentivi per questo tipo di produzioni: adesso, toccherà alle Regioni fare le scelte politiche adeguate".

Tra gli incentivi previsti dal Piano strategico nazionale ci sono anche quelli destinati alle aggregazioni tra piccole imprese: un provvedimento destinato a rendere meno cari i prodotti. E' colpa, infatti, secondo molti esperti, dell'assenza di una filiera produttiva integrata nel biologico, che accompagni questi prodotti dalla

coltivazione alla commercializzazione, se i prezzi al dettaglio del biologico sono ancora troppo alti. Se, grazie alla nuova legislazione europea, i diversi componenti della filiera (azienda agricola, agriturismo, laboratori, punti vendita..) si uniranno, l'effetto finale, secondo il presidente di FederBio, sarà di maggiore competitività sul mercato.

I passaggi per ottenere questo sviluppo del biologico e del biodinamico sono obbligati e urgenti: sostenere, innanzi tutto, gli agricoltori che decidono di passare a produzioni di qualità, promuovere l'informazione su queste produzioni e favorire una comunicazione seria e continuativa nei confronti dei consumatori.

Anche il paesaggio italiano, secondo il professor Canali, trarrà vantaggio da una agricoltura pulita e di qualità: "penso che il Governo dovrebbe pensare a misure specifiche per premiare le produzioni di paesaggio, come la gestione di prati e pascoli nelle zone collinari e montane." Altrimenti, si rischia l'abbandono.

IL CONSUMATORE-TIPO DEI PRODOTTI BIOLOGICI:

- ha un'età fra i 35 e i 44 anni
- ha scolarità e redditi medio-alti
- abita soprattutto al Nord, mentre la maggior parte delle aziende biologiche sono al Sud)
- è disposto a pagare, rispetto ad altri prodotti, dal 5 al 10% in più
- sceglie il BIO per la qualità, la genuinità e il gusto.

I NUMERI DEL BIOLOGICO

- costituisce il 2% dei prodotti alimentari
- il 7% delle entrate nel settore agricolo italiano è biologico
- il fatturato complessivo in Italia del BIO è di 1,5 miliardi di euro, di cui:
 - * 22% di prodotti in scatola;
 - * 21% di latte e derivati;
 - * 18% di frutta e verdura;
 - * 13% di pane, riso e pasta;
 - * 12% di bevande;
 - * 9% di carne e uova;
 - * 5% di prodotti dietetici



Dall' Unione Europea:



ACCORDO IN EUROPA SUL FORMATO DELLE CONFEZIONI ALIMENTARI

Negli ultimi giorni di novembre è stato raggiunto un accordo in sede europea sul formato delle confezioni alimentari, che dovrà essere fissato, per il futuro, sulla base di regole comunitarie, sottraendo così questo genere di imballaggi all'attuale parziale arbitrarietà dei singoli Stati membri.

Il Consiglio competitività dei 25 Paesi UE ha infatti dato il via libera alla messa a punto di una direttiva che semplifichi l'ordinamento vigente e armonizzi le differenti legislazioni.

La questione del formato degli imballaggi è un tema importante nel campo della libera circolazione dei prodotti alimentari all'interno del Mercato Unico Europeo: la decisione dei singoli Stati membri di fissare formati obbligatori nel packaging di alcune derrate potrebbe infatti tradursi in una oggettiva restrizione al commercio, a danno di altri Paesi membri.

I prodotti interessati sono circa una sessantina.

Per la maggior parte di essi si è trovato subito un consenso unanime, ma i nodi sono presto venuti al pettine quando si è parlato di **prodotti tipici**.

In questo ambito, si sono registrate, da parte soprattutto di Francia, Italia, Spagna e Grecia, diverse difficoltà. Si è giunti, pertanto, a un compromesso: per il confezionamento di burro, latte, caffè e pasta, i Paesi sopra citati potranno usufruire di un periodo transitorio di 5 anni (per lo zucchero, la transizione sarà di 6 anni).

In ogni caso, gli Stati membri che continueranno così a "imporre" i loro formati, non potranno bloccare l'ingresso di prodotti esteri solo in ragione del differente formato di confezionamento.

(Da Assocaseari – assocaseari@centrimpresa.it)

**DALLA COMMISSIONE CONSILIARE PER LA FILIERA AGROALIMENTARE DI
CONFCOMMERCIO, PRESIDUTA DA DINO ABBASCIA'**

GLI AVVENIMENTI PIU' SIGNIFICATIVI DAL 21 DICEMBRE 2006 ALL'8 GENNAIO 2007



DAL GOVERNO

SVILUPPO: BERSANI, COSI' FARO' RIPARTIRE L'ITALIA

(AGI) - Roma, 4 gen. - "La fiducia di crescere e la tranquillità di cambiare. Restituire al paese una ragionevole aspettativa di crescita. E riforme senza nevrosi: i cambiamenti si fanno se servono per il futuro, non vanno branditi come una clava". Il ministro per lo Sviluppo Economico Pierluigi Bersani spiega così nell'intervista all'Espresso in edicola domani il 'titolo' del suo lavoro per il 2007. Un lavoro che significherà crescita e riforme.

"Cominciamo dalla crescita. Quattro capitoli. Prima di tutto, l'efficienza energetica. Dispiegare da subito un intervento sul ciclo dell'edilizia e sulle ristrutturazioni, sugli elettrodomestici, sulle automobili. Un piano di investimenti con risparmio di energia, rivolto a tutti i cittadini, alle imprese e agli enti locali. Un bottone schiacciato che ci darà risultati importanti in termini di PIL. Un altro bottone da schiacciare é il Sud: riprendere un programma di investimenti nel Mezzogiorno, senza mediazioni amministrative. Terzo: liberare le attività economiche, spingere sull'acceleratore della concorrenza. Quarto: far partire un piano di investimenti sulle infrastrutture meno banale che in passato. Abbiamo meno priorità e più soldi da investire sulla Pedemontana, sull'Alta velocità, sulla Salerno-Reggio Calabria. E abbiamo l'accordo Gentiloni-Parisi sul WiMax e possibilità nuove di investimenti sulla banda larga capaci di far decollare le infrastrutture di telecomunicazioni".

DALLA CAMERA DEI DEPUTATI

19/12/2006 - 19:12

**SPORTELLINO UNICO PER LE IMPRESE E DICHIARAZIONE DI INIZIO ATTIVITÀ:
INVIATO IL TESTO PER IL PARERE DELLE COMMISSIONI**

La X Commissione Attività produttive, in sede referente, proseguendo l'esame del progetto di legge recante Modifiche alla normativa sullo **sportello unico per le imprese e in materia di dichiarazione di inizio attività (C1428** Capezzone - rel. Capezzone, RnP), ha esaminato gli ulteriori emendamenti presentati dal relatore, e ha inviato il nuovo testo risultante dall'approvazione degli emendamenti alle Commissioni competenti ad esprimere il parere

21/12/2006 - 19:37

PARERE FAVOREVOLE SULLA LEGGE COMUNITARIA

La VI Commissione Finanze, in sede consultiva, ha deliberato di riferire in senso favorevole, alla XIV Commissione Politiche UE, sul disegno di **legge comunitaria 2006**, approvato dalla Camera e modificato dal Senato (**C1042-B**).

Roma 29 dic 2006 - MiPAAF, presentate le certificazioni contabili per i programmi regionali di sviluppo rurale finanziate dal fondo comunitario. Il Ministro De Castro: "dimostrano dinamicità negli investimenti e capacità di intervento."

L'esercizio 2006 si chiude in modo soddisfacente per i programmi regionali relativi allo sviluppo rurale finanziati dalla sezione orientamento del Fondo comunitario a carattere strutturale destinato al settore agricolo (Feoga). Il quadro positivo è emerso dalle certificazioni contabili relative ai Programmi operativi regionali (Por) ed ai Programmi Leader+, presentati oggi al Mipaaf dalle diverse Regioni. "I programmi regionali hanno raggiunto un livello di spesa sufficiente ad evitare l'applicazione del disimpegno automatico previsto dalle norme comunitarie – spiega il Ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali Paolo De Castro – e questo dimostra efficienza, buona capacità di spesa e vivacità di intervento". Solo la Regione Puglia per il Leader e la Regione Sardegna per il Por hanno raggiunto un livello di spesa non sufficiente ad evitare il disimpegno dei fondi assegnati, per cui hanno chiesto l'applicazione della deroga prevista dall'articolo 31 del regolamento Ce 1260/99, invocabile nei casi in cui le procedure di attuazione sono state rallentate a seguito di contenziosi amministrativi in atto.

DA AGRICOLTURA ON LINE

04 Gennaio 2007 - Tampieri, sull'etichettatura il nodo è politico

Lo dichiara il sottosegretario alle Politiche agricole, affrontando in un'intervista radiofonica le problematiche relative all'abrogazione di alcune parti della legge 204/2004, che fissa l'obbligo di etichettatura per gli alimenti, per venire incontro alle richieste della Ue.

"Il nodo dell'obbligo generale di dichiarare in etichetta l'origine di ogni prodotto è politico e come tale va sciolto attraverso una discussione politica sui principi. In tal senso, la raccolta di firme promossa da Coldiretti per una legge di iniziativa popolare ha risposto alla causa giusta di sensibilizzare l'opinione pubblica su un problema di grande attualità". Lo ha sottolineato il sottosegretario alle Politiche agricole alimentari e forestali, Guido Tampieri, nel corso del programma di Radio Uno "la Radio ne parla".

"Noi siamo l'Europa, dice Tampieri, e non una controparte dell'Europa". Il Governo, fin dal prossimo incontro di febbraio fra Prodi e Zapatero, avvierà una azione politica tenace e paziente con gli altri Paesi europei per mettere in rilievo l'importanza non solo di garantire la sicurezza degli alimenti a tutti i cittadini europei, ma anche l'utilità di una tracciabilità piena delle produzioni che dia risposta a due esigenze concomitanti: da un lato, informare il cittadino-consumatore per consentirgli di compiere scelte consapevoli, dall'altro valorizzare l'origine dei prodotti italiani conosciuti in tutto il mondo per la loro qualità.

"Sul piano giuridico normativo, il Parlamento, prosegue Tampieri, dovrà valutare come rispondere alla richiesta dell'Unione Europea di abrogare quelle parti della Legge 204/2004 che fissano l'obbligo, per tutti i prodotti, di indicare l'origine in etichetta. In ogni caso, il Mipaaf, mentre va avanti l'azione politica in Europa, procederà su casi specifici, come l'olio e la passata di pomodoro, per dimostrare alle autorità europee, come già accaduto per il latte fresco, l'opportunità di etichettare l'origine di questi prodotti".

"Il problema maggiore di salvaguardia delle produzioni italiane - conclude Tampieri - lo abbiamo non all'interno, ma fuori dai confini europei. Origine e sicurezza non sono sinonimi. Penso che su questo versante possiamo trovare alleati preziosi su cui poter contare per affinare la sensibilità delle autorità europee non solo rispetto alla sicurezza del cibo, dove l'Europa è già ad un alto livello, ma anche sui modi più efficaci attraverso i quali sia possibile difendere coerentemente le politiche per la qualità di cui l'Unione europea si è fatta portatrice e delle quali l'Italia è primaria interprete".

DALLA GAZZETTA UFFICIALE

VINO – CONTRASSEGNI DI STATO

Con il provvedimento del Ministero politiche agricole 15 dicembre 2006 è rimasto invariato, rispetto al 2006, il prezzo delle fascette sostitutive dei contrassegni di Stato per i vini a denominazione di origine controllata e garantita per l'anno 2007: 0,00972 euro per le fascette riferite alle varie categorie di vini DOP; 0,012 euro per le fascette personalizzate con il logo della denominazione. GU 29.12.06 n. 301.

DALL'ISTAT

ISTAT: VALORE DELLE VENDITE COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO SALE DELLO 0,4% A NOVEMBRE =

Roma, 21 dic. - (Adnkronos) - Nel mese di ottobre 2006 l'indice generale del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio, con base 2000=100, è risultato pari a 113,8 con un aumento dello 0,4 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Lo comunica l'Istat. L'incremento tendenziale relativo al totale delle vendite è la sintesi di una lieve flessione registrata per le vendite di prodotti alimentari (meno 0,1 per cento) e di un aumento delle vendite di prodotti non alimentari (più 0,7 per cento).

Per una migliore interpretazione degli indicatori qui presentati occorre considerare che essi si riferiscono al valore corrente delle vendite e incorporano, quindi, la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi. Nel mese di ottobre 2006 l'indice destagionalizzato del valore del totale delle vendite al dettaglio, pari a 108,7, ha registrato una diminuzione dello 0,1 per cento in termini congiunturali. Rispetto al mese di settembre 2006, l'indice destagionalizzato del valore delle vendite dei prodotti alimentari (pari a 115,8) ha segnato una flessione dello 0,3 per cento e quello dei prodotti non alimentari (pari a 104,1) una variazione nulla.

L'aumento tendenziale dello 0,4 per cento del valore del totale delle vendite è la risultante di variazioni positive sia delle vendite della grande distribuzione (più 0,1 per cento), sia di quelle delle imprese operanti su piccole superfici (più 0,6 per cento). La dinamica delle vendite della grande distribuzione è risultata simile a quella delle vendite delle imprese operanti su piccole superfici sia per i prodotti alimentari (meno 0,1 rispetto a meno 0,3 per cento), sia per i prodotti non alimentari (più 0,7 rispetto a più 0,6 per cento).

Nel complesso dei primi dieci mesi del 2006, il valore del totale delle vendite ha registrato un aumento tendenziale dell'1,3 per cento. Le vendite della grande distribuzione sono aumentate del 2,1 per cento e quelle delle imprese operanti su piccole superfici dello 0,6 per cento. Le vendite

di prodotti alimentari e quelle di prodotti non alimentari hanno segnato, nel confronto tendenziale relativo ai primi dieci mesi dell'anno, una crescita rispettivamente dell'1,6 e dell'1,0 per cento.

Nel mese di ottobre 2006 le forme di vendita della grande distribuzione hanno segnato risultati differenziati: le vendite degli hard discount hanno registrato l'aumento più consistente (più 4,5 per cento) mentre quelle dei supermercati hanno subito una flessione dello 0,7 per cento. Con riferimento al periodo gennaio-ottobre 2006 tutte le tipologie distributive della grande distribuzione hanno registrato aumenti tendenziali del valore delle vendite. In particolare, gli hard discount hanno registrato l'incremento di maggiore entità (più 4,4 per cento) e i supermercati quello più contenuto (più 1,4 per cento).

DA FEDERALIMENTARE-ISMEA

L'AGROALIMENTARE ITALIANO PERDE COMPETITIVITÀ SUI MERCATI INTERNAZIONALI

La competitività dell'agro alimentare italiano sui mercati internazionali mostra segni di difficoltà. Una situazione che riguarda anche la decina di prodotti che da soli rappresentano il 60% del nostro export. Lo ha evidenziato il IV Rapporto **Federalimentare-Ismea** "Il made in Italy alimentare alla prova della concorrenza". Il settore agro alimentare è il secondo comparto produttivo dopo quello meccanico con un fatturato di 107 miliardi di euro. Complessivamente, però, il valore dell'export assomma a 16 miliardi di euro, pari ad appena il 14% del fatturato del settore (la media europea è del 18%).

Negli ultimi cinque anni il tasso di crescita delle esportazioni ha rallentato mentre l'evoluzione delle ragioni di scambio (differenza tra prezzo di vendita all'estero e di acquisto) pone molti prodotti in posizioni scarsamente competitive. Si confermano comunque solidi, e in grado di reagire alla concorrenza, i comparti vino, frutta fresca, pasta, olio d'oliva, formaggi, ortaggi in scatola, dolci da forno, salumi e insaccati, succhi di frutta e riso che nell'arco dell'ultimo decennio hanno dimostrato di saper mantenere la propria capacità competitiva. L'analisi dell'evoluzione storica di quelli che sono stati definiti i "nostri campioni", però, rivela che anch'essi non risultano del tutto immuni alla perdita di terreno generale. Negli ultimi cinque anni il saldo complessivo con l'estero di questo gruppo di prodotti è salito da 6,1 a 6,6 miliardi di euro correnti.

Tuttavia, se si compara la performance ottenuta dagli stessi prodotti nella seconda metà degli Anni 90 con l'andamento degli ultimi cinque anni si registra un considerevole rallentamento: il ritmo di crescita annua è sceso dal 6,4% del primo periodo all'1,7% del secondo. Se l'analisi si effettua poi utilizzando il più sofisticato indicatore del saldo normalizzato (che tiene conto del rapporto del volume di scambio complessivo rispetto alla differenza tra export ed import) il risultato negativo viene sostanzialmente confermato. Nella seconda metà degli Anni 90 il rallentamento del saldo normalizzato era pari al -1,4% annuo, mentre nei primi cinque anni del nuovo millennio ha accelerato la discesa al -2,2% annuo. Ciò vuol dire che a partire dalla fine degli Anni 90 la competitività del nostro sistema agroalimentare, anche nei suoi prodotti di punta, ha cominciato a perdere terreno in ambito internazionale.

Se si guarda all'evoluzione delle quote di mercato verso l'estero comparando sempre l'andamento degli ultimi cinque anni rispetto al quinquennio precedente, i risultati migliori sono stati ottenuti da vino, formaggi e olio d'oliva, mentre la flessione più vistosa (quasi il 3%) ha riguardato frutta fresca, succhi di frutta e riso. Tengono bene comparti solidi come quello della pasta, dei salumi e

insaccati, dei prodotti da forno e degli ortaggi in scatola.

Lo studio dimostra chiaramente che sui mercati internazionali funzionano sempre di più i prodotti trasformati ad elevato contenuto di tradizione, con maggiore valore aggiunto, in grado di evocare meglio il legame con l'Italia.

Il Rapporto Federalimentare-Ismea - che è stato presentato in concomitanza con la classifica sulla competitività del World economic forum che vede l'Italia al 42° posto, con quattro posizioni in meno rispetto allo scorso anno, superata da Ungheria, Lituania, Qatar, Tunisia, Barbados - classifica i "campioni" in tre categorie: "Grandi in espansione" (vino, formaggi, olio di oliva, salumi e insaccati, prodotti da forno), caratterizzati negli ultimi cinque anni da valori elevati di esportazione e tassi di crescita più alti della media; "Grandi maturi" (pasta e ortaggi in scatola), certezze per l'export italiano che, proprio per questo, trovano difficoltà a crescere a ritmi ancora sostenuti; "Grandi in declino" (frutta fresca e succhi), per i quali i grandi volumi di export sono in rapida contrazione.

La maggior parte di questi prodotti faticano a tenere il passo della competitività perché, sia a prezzi alti, con maggiore concorrenza qualitativa, sia a prezzi bassi, con maggiore concorrenza da parte dei Paesi emergenti, incontrano serie difficoltà di posizionamento stabile sugli scaffali della grande e piccola distribuzione all'estero.

Secondo gli indicatori del Rapporto il vantaggio competitivo del settore alimentare italiano negli ultimi dieci anni si è ridotto del 15,4% mentre la produttività è diminuita nello stesso periodo del 3% a causa della frammentazione aziendale, dell'insufficiente concorrenza nei servizi, di una scarsa tendenza all'innovazione ma soprattutto per colpa di una finanza non a misura d'internazionalizzazione. I competitor storici Francia e Germania complessivamente hanno saputo fare meglio di noi, mentre nuovi paesi si affacciano sui mercati mondiali.

Tra i più temibili figura la Spagna, ma anche il Belgio, oltre alla Cina per l'ortofrutta e all'Australia per le bevande alcoliche. Il 79% del nostro export agroalimentare si indirizza verso 12 Paesi, con al primo posto la Germania, seguita da Francia, Stati Uniti e Spagna. (A&T Europe)



Il mercato mondiale delle imitazioni di prodotti alimentari made in Italy vale **50 miliardi di euro: la metà dell'intero fatturato della produzione originale.**

E' quanto emerge da uno studio della Coldiretti presentato a Napoli, dove è stata "apparecchiata" per la prima volta la tavola del "falso made in Italy", con i casi più significativi e curiosi di cibi italiani taroccati un po' in tutti i continenti: negli Usa si vendono salsa e conserva di pomodoro "Contadina" (Roma Style) fatte in California, provolone del Wisconsin e mozzarella del Minnesota. In Australia si produce "salsa bolognese" e formaggi "mozzarella, ricotta, Parmesan Perfect italiano", con tanto di etichetta tricolore. In Cina, l'industria locale offre pomodorini di collina, Parmesan, Caciotta e Pecorino (Italian Cheese). Sulla confezione di questo Pecorino taroccato, tuttavia, figura una vacca, invece di una pecora.

I Paesi dove sono più diffuse le imitazioni del made in Italy sono senza dubbio l'Australia e il Nord America. Ma anche in Europa non mancano produzioni tedesche di "aceto balsamico di Modena" e "Amaretto di Venezia", in una bottiglia che, denuncia la Coldiretti, riproduce perfettamente quella dell'Amaretto di Saronno. In Spagna si imbottiglia olio di oliva "Romulo", con disegnata in etichetta la lupa che allatta Romolo e Remo.

Secondo la denuncia della Coldiretti, negli USA appena il 2% dei consumi americani di formaggio di tipo italiano sono soddisfatti con le importazioni del made in Italy. Tutto il resto è costituito da imitazioni e falsificazioni prodotte in loco con latte americano. In particolare, si vende, nove volte su dieci, falso Parmigiano Reggiano con il nome di Parmesan, ma di recente si è diffuso anche il termine di "Cambozola" per un formaggio che evoca il Gorgonzola.

Il bello, anzi, il brutto, è che questi falsi formaggi italiani vengono esportati sui nuovi mercati, come la Cina, dove sugli scaffali dei supermercati sono arrivati prima i falsi degli originali, con il rischio concreto che si radichi nella popolazione il convincimento che proprio le imitazioni siano il vero made in Italy.

Parmigiano Reggiano e Grana Padano sono i prodotti tipici del made in Italy più imitati nel mondo: diventano "Parmesao" in Brasile, "Regianito" in Argentina, "Reggiano" e "Parmesano" in tutto il Sudamerica, "Parmeson" in Cina, "Parmesan" negli Usa, in Australia, Canada, Giappone. Ma anche "Grana Pardano", "Grana Padana" e "Grana Padona". "Siamo di fronte" – ha denunciato il presidente di Coldiretti, Paolo Bedoni- "a un inganno globale per i consumatori, che provoca danni economici e di immagine alla produzione italiana e che va combattuto cercando un accordo sul commercio internazionale nel Wto. Occorre trovare alleanze anche con i Paesi in via di sviluppo, dove sta emergendo una crescente sensibilità nella lotta alle contraffazioni dei prodotti locali". (www.ansa.it)

IL MONDO DELLE IMPRESE MILANESI GODE DI OTTIMA SALUTE E CRESCE.

Una recentissima indagine della Camera di Commercio indica che il mondo delle imprese milanesi è cresciuto, in un anno, di 5.445 unità.

Una crescita dell'1,6%, il doppio di quella media del Paese, ferma allo 0,8%.

Nascono, a Milano, 15 nuove imprese al giorno.

Sempre di più quelle dei servizi sociali, dell'informatica, della transazione immobiliare, della sanità e della ricerca.

Il mondo delle imprese milanesi gode dunque, secondo l'indagine camerale, di ottima salute. Secondo Carlo Sangalli, presidente della CdC, *"le aziende cittadine si rinnovano dimostrando di essere quanto mai attente alle nuove esigenze dei cittadini: qualità della vita, capitale umano, innovazione: sono queste, infatti, le parole chiave per il successo in un mondo sempre più globale e competitivo"*.

TRE MILIARDI DI EURO SULLE TAVOLE DEGLI ITALIANI PER IL NATALE 2006.

Una spesa che complessivamente ha sfiorato i 3 miliardi di euro, circa il 10% in più rispetto al 2005, quella sborsata dagli italiani per festeggiare a tavola durante le recenti feste di Natale e Capodanno.

Per la cena della vigilia di Natale e il pranzo natalizio, secondo il Codacons, gli italiani hanno speso tra i 110 e i 135 euro. Altri 135 euro, secondo Telefono Blu, sono stati spesi per il cenone dell'ultimo dell'anno. In totale, 270 euro spesi a tavola.

Secondo uno studio dell'Adoc, le confezioni alimentari sono state un regalo molto diffuso per Natale e molti acquisti sono andati verso la riscoperta dei cibi tradizionali.

Per quanto riguarda le quantità di cibo consumate nel periodo delle feste natalizie, sembra che in testa ci sia la pasta, con 210.000 tonnellate consumate.



EVENTI



LA QUALITA' ALIMENTARE ITALIANA ARRIVA IN CINA CON VINITALY/CIBUS

La Fiera di Verona e la Fiera di Parma si sono alleate per presentare in Cina, a Shanghai, una città che da 15 anni cresce con una velocità a due cifre, il pacchetto completo della qualità italiana a tavola, con l'esposizione "Vinitaly China e Cibus 2006".

Una mossa che, a fine novembre, ha seguito la creazione di una scuola dell'alta cucina italiana nell'Università di Shanghai, per preparare i palati locali al gusto delle nostre tradizioni culinarie. E sembra che la pasta e fagioli veneta sia stato un ottimo biglietto da visita per il made in Italy: nelle grandi catene alberghiere i ristoranti italiani stanno soppiantando quelli francesi, secondo i due cuochi che hanno sostenuto l'impatto inaugurale della fiera, Mario Musoni e Giovanna Guidetti.

Il made in Italy comincia a funzionare, anche in Cina, ma è il sistema operativo che desta qualche preoccupazione: i produttori italiani, scrive la Repubblica del 24 novembre 2006, "si presentano sul mercato senza coesione, senza capacità di creare squadra, più preoccupati della concorrenza interna che della conquista dei mercati esteri".

"La Cina pesa quanto l'Albania per l'export alimentare italiano, nonostante abbia un mercato di consumatori abbienti, che già oggi è il doppio di quello francese e che nel giro di poco più di 10 anni arriverà a 300 milioni".

"Per noi questo è il momento decisivo" –ha dichiarato il ministro Paolo De Castro alla inaugurazione di "Vinitaly China e Cibus 2006"- " Abbiamo ottenuto i primi risultati dopo anni di trattative, con il via libera all'ingresso in Cina del prosciutto di Parma e del San Daniele, che saranno sulle tavole cinesi per Natale. E per le Olimpiadi del 2008 sarà pronto l'atlante dei prodotti tipici italiani e cinesi. "

Anche secondo Giuseppe Bartolucci, presidente del Consorzio Sistema Italia Export, la Cina rappresenta una grande opportunità, a patto di far valere i nostri punti di forza. "Ai confini della Cina con la Russia stiamo aprendo i primi campi biologici su 20.000 ettari. Produrremo concime organico per ridurre l'uso dei pesticidi che crea problemi crescenti all'agricoltura cinese."

Per il ciclo: Sapere...il Sapore del Sapere trasmettiamo il programma dei prossimi due convegni di gennaio e febbraio 2007.

“Soluzioni naturali per le ossa e le articolazioni”

Venerdì 26 gennaio 2007 ore 14.30 – 18.30
Unione CTSP – Corso Venezia 49, Milano – Sala Commercio

Interverranno:

? Il calore per le articolazioni

Giuseppe Di Fede

Professore in Medicina, Biotecnologie, Immunoterapia e Ipertermia oncologica presso l'Università di Milano. Direttore Sanitario IMBIO (Istituto di Medicina Biologica di Milano)

Vittorio Ghezzi

Consulente – Collaboratore di ipertermia a RF esterne in campo oncologico ed ortopedico presso IMBIO (Istituto Medicina Biologica di Milano)

? Mangia che ti passa: i cibi giusti per ridurre i dolori e fermare l'osteoporosi

Attilio Speciani

Medico, specialista in allergologia, immunologia clinica. Agopuntore. Profondo conoscitore della medicina naturale e della nutrizione applicata. Membro del Comitato Tecnico Scientifico di Medicina Complementare della Regione Lombardia

? Il movimento e l'equilibrio della forma umana: una sfida alla visione meccanicista

Sergio Maria Francardo

Medico antroposofa, membro del Comitato tecnico scientifico di medicina complementare della Regione Lombardia. Docente di fisiologia e antropologia medica

? L'uomo, la nutrizione e la salute

Antonio Remonato

Osteopata, terapeuta della riabilitazione, naturopata, posturologo

"Soluzioni naturali per le ossa e le articolazioni",

Il convegno offrirà una panoramica sui metodi di cura e di prevenzione naturale per le problematiche articolari. Verranno illustrati vari metodi terapeutici ma, in particolare, l'alimentazione verrà indicata come un valido strumento alla portata di tutti contro l'artrosi, le infiammazioni, i dolori articolari persistenti e l'osteoporosi.

Unione CTSP dalle ore 14:30 alle ore 18:30. Sala commercio

La partecipazione è gratuita. La prenotazione è obbligatoria

“Medicina naturale e preventiva a difesa dell’uomo”

Venerdì 23 febbraio 2007 ore 14.30 – 18.30
Unione CTSP – Corso Venezia 49, Milano



Interverranno:

? **Stile di vita, stress ossidativo, vecchiaia: dalla diagnosi alla cura**

Giuseppe Di Fede – Professore in medicina, biotecnologie, immunoterapia e ipertermia oncologica. Direttore Sanitario IMBIO (Istituto di Medicina Biologica di Milano)

Roberto Colombo – Membro dell’Associazione Microbiologi Clinici Italiani (AMCLI). Direttore del Laboratorio del Centro Diagnostico Italiano (CDI)

? **Profili di rischio genetico pro infiammatorio: un contributo per la prevenzione della demenza o dell’infarto del miocardio**

Federico Licastro – Professore Associato di Immunologia presso il Dipartimento di Patologia Sperimentale della Facoltà di Medicina e Chirurgia dell’Università di Bologna

? **Alimentazione e invecchiamento**

Damiano Galimberti – Presidente dell’A.M.I.A. (Associazione Medici Italiani Anti-Aging). Membro dell’American Academy of Anti-Aging Medicine. Docente in Medicina Anti-Aging

? **Ridiamoci un sorriso**

Federico Ronchi - Odontoiatra, socio fondatore dell’Accademia Internazionale Odontoiatria Biologica, consulente scientifico del reparto di Odontoiatria Biologica dell’Istituto Stomatologico Italiano

Franca Geja – odontoiatra, esperta in omotossicologia e discipline integrate, posturologia e gnatologia clinica. Socia SIDO (Società Italiana di Ortodonzia)

? **Come risolvere secondo l’Eubiotica il deficit della concentrazione e della “memoria breve”**

Luciano Pecchiai - Primario Patologo Emerito dell’Ospedale Buzzi di Milano. Direttore del Centro di Eubiotica Umana di Milano

"Medicina naturale e preventiva a difesa dell'uomo"

venerdì 23 febbraio 2007 - Unione CTSP dalle ore 14:30 alle ore 18:30.

Il convegno (il terzo dedicato alla medicina naturale, nel corso degli anni) si occuperà prevalentemente di invecchiamento cellulare: come prevenirlo grazie anche all'alimentazione, come diagnosticarlo e come curarlo attraverso alcuni test e alcuni metodi terapeutici all'avanguardia.

La partecipazione è gratuita. La prenotazione è obbligatoria

Fiere Convegni...

DAL 5 ALL' 8 MAGGIO 2007 A FIERAMILANO CON "TUTTOFOOD" IL MEGLIO DELLA PRODUZIONE AGROALIMENTARE DEL MONDO

L'obiettivo di "TuttoFood", la mostra professionale dell'agroalimentare che si terrà per la prima edizione nei padiglioni di FieraMilano a Rho-Però, dal 5 all'8 maggio 2007, è quello di competere col Cibus di Parma, creando nel capoluogo lombardo, più facilmente accessibile ai grandi buyers e ai produttori dei 5 continenti, un evento internazionale "unico" nel campo dell'alimentazione.

Il meglio dell'agroalimentare di tutto il mondo sarà ospitato nei 120.000 mq dei padiglioni di FieraMilano a Rho-Però, con un occhio di riguardo per la produzione italiana (nel 2005 il settore agroalimentare italiano, secondo comparto produttivo del Paese, ha registrato una crescita del 4,9%, raggiungendo un fatturato di 107 miliardi di euro) e per quella lombarda (la Lombardia è la prima regione agricola del Paese, con una produzione pari al 15% di quella nazionale).

Secondo gli organizzatori del Gruppo GE.FI., che nel 2006 hanno preferito rinunciare all'Expo dei Sapori, per non costringere le migliori realtà produttive del settore a esporre due volte nel giro di 6 mesi, la manifestazione, che avrà poi cadenza biennale, richiamerà a Milano operatori economici provenienti dai 5 continenti, offrendogli una straordinaria occasione di incontro, di scambio, d'affari.

"TuttoFood" sarà riservato agli operatori professionisti ed è destinato a diventare un appuntamento irrinunciabile, secondo gli organizzatori, "per chi vuole conoscere e apprezzare il meglio dei cibi", un preciso punto di incontro tra le tradizioni enogastronomiche e le moderne tendenze della cucina internazionale.

La manifestazione ospiterà delegazioni ufficiali di oltre cento Paesi d'Europa, Asia, America, Australia e Africa. Una presenza significativa sarà quella del Brasile, realtà in costante crescita, forte di un importante accordo economico con FieraMilano.

Tutta una serie di manifestazioni collaterali saranno organizzate per dare ancora più risalto al Salone.



**APPELLO DI GINO CELLETTI AI PRODUTTORI ITALIANI DI OLIO
D'OLIVA DI QUALITA' PER CONQUISTARE LA CINA
PRIMO OBIETTIVO: LA TERZA EDIZIONE DI
"OIL CHINA PECHINO" IN APRILE.**

Del dottor Gino Celletti, titolare del "Frantoi Celletti" di Milano, grande esperto di olio extra vergine da oliva e del mercato cinese (è stato di recente nominato dal Governo cinese CCPIT Sub-Council of Agriculture Director e Vice-General Manager di Oil China), **abbiamo pubblicato una intervista in esclusiva sulla Gazzetta dell'Agroalimentare e dei Mercati n. 55 del giugno 2006.**

Capo Panel del Campionato Internazionale di Oil China per nominare i migliori oli da oliva del mondo. e anche in tale veste grande estimatore e valorizzatore degli oli italiani di qualità, Celletti ha inviato il 23 dicembre scorso un invito-progetto di partecipazione alla terza edizione dell' Oil China, in programma a Pechino dal 16 al 18 aprile 2007, ai "produttori di olio italiano. Ne riportiamo i dati e i "messaggi" più significativi.

MERCATO CINESE

- I cinesi censiti sono più di un miliardo e 300 milioni
- Se ogni cinese consumasse ½ chilo di olio all'anno, ne servirebbero 650.000 tonnellate (più di tutta la produzione italiana)
- Il 10% dei cinesi, circa 130.000 persone adulte, sono ultra-miliardari e possono quindi comperare oli di alta qualità, così come acquista Ferrari, Mercedes. BMW ecc.
- Il mercato cinese oggi importa 6.000 tonnellate all'anno di olio da oliva
- Cresce ad un ritmo "pazzesco" di oltre il 50% annuo
- Il mercato cinese è in mano alla Spagna, con una quota dell'80%
- Molte marche "italiane", da noi sconosciute, rivelano all'assaggio la presenza di olio non italiano.

IMMAGINE DELL'OLIO IN GENERALE E DELL'OLIO ITALIANO IN PARTICOLARE.

L'olio da oliva è visto come una sostanza preziosa, un bene da meritare.

Se ne fa uso specialmente nella cosmesi e i prodotti di bellezza all'olio da oliva sono costosissimi, ma oggi esiste una fortissima propensione all'acquisto di olio per cucina

L'olio italiano viene considerato, come molti altri prodotti italiani, il top del top.

In molte bottiglie a marca italiana, però, non c'è olio italiano e ciò può generare, alla lunga, confusione, a tutto vantaggio di Paesi concorrenti.

Con inevitabile detrimento dei nostri oli e danno per i nostri produttori.

ATTESE

La Cina mostra grandissimo interesse all'uso in cucina dell'olio da oliva. Anche perché è stato dimostrato da studi epidemiologici condotti su larga scala, che l'impiego univoco di oli di semi (camelia, tè ecc.), tutti estratti con solventi, può costituire un grave rischio per la salute dei cinesi, e in particolare per il loro apparato gastroenterico.

In aggiunta a ciò, l'aumentato e ormai diffuso benessere, l'uso delle automobili al posto delle biciclette, assimilano oggi la popolazione cinese a quelle dell'occidente per quanto riguarda le problematiche dislipidemiche e i rischi cardiovascolari.

Le attese dei cinesi, quindi, sono di ridurre questi rischi anche con un maggiore uso di olio da oliva, e informando i consumatori sulle proprietà alimentari dell'olio da oliva a tavola e sulla reale qualità degli oli in commercio.

PERCHE' "OIL CHINA"

La partecipazione a "Oil China" può rappresentare una grande opportunità per i produttori italiani. Il nostro Paese ha lasciato molto spazio ad altri, ma siamo in tempo per consolidare le nostre esportazioni, perché **la qualità italiana è unica e non riproducibile**, ma va protetta e valorizzata con iniziative di ogni produttore, senza aspettare imbeccate dall'alto.

"OIL CHINA" è stato visitato nel 2006 da oltre 6.000 persone, tutte addette ai lavori: 85% importatori, 10% consumatori consolidati di olio da oliva, 3% buyers di supermercati, hotel e ristoranti.

IL CAMPIONATO DEI MIGLIORI OLI DEL MONDO.

Il dottor Gino Celletti, che è responsabile Marketing di Oil China e Capo Panel del Campionato Internazionale di Oil China per decretare i migliori oli da oliva del mondo, lamenta di aver dovuto "personalmente assegnare", l'anno scorso, medaglie d'oro, d'argento, di bronzo e gran menzioni **solo ad aziende estere.**

"Mi auguro nel 2007" – scrive Celletti nella lettera-invito ai produttori italiani- "di poter valutare anche una partecipazione più nutrita di oli italiani di qualità. Tenendo presente che i vincitori delle passate edizioni hanno poi trovato puntuale riscontro sui mercati internazionali, grazie alla pubblicazione su molte riviste, oltre a quella di Oil China, del successo conseguito"

I costi di partecipazione ad Oil China sono contenuti e sembra questa davvero una grande occasione per i produttori italiani di farsi conoscere, e magari anche premiare, da un valoroso pioniere come Gino Celletti. C'è un'unica condizione da accettare obbligatoriamente: che un campione dell'olio che si intende presentare a Pechino sia sottoposto preliminarmente all'assaggio del panel interno di Celletti e sia trovato assolutamente senza difetti e rispondente al dichiarato.

I campioni di olio monocultivar devono pervenire a FRANTOI CELLETTI & CULTIVAR – Via Zuccoli 6, angolo via Gluck 56, 20125 Milano, con preavviso via e-mail: gino.celletti@frantoicelletti.com.

Il dottor Celletti ha registrato appositamente il sito: www.monocultivaroliveoil.com, per mettere on line tutte le informazioni necessarie.

RISTORANTE "FRANTOI CELLETTI & CULTIVAR " A PECHINO E A SHANGAI.

Significativa la chiusura della lettera di Gino Celletti ai produttori italiani di olio da oliva: "... io credo tantissimo in questo mercato e in questo Paese, tanto che aprirò a Pechino un primo ristorante il 16 aprile 2007, in occasione della Terza edizione di Oil China. Il ristorante potrebbe essere utile anche a lei, qualora volesse invitarvi i suoi futuri clienti a una cena condita con il suo olio. Nel ristorante troverebbe chef e personale a sua disposizione, per valorizzare al meglio il suo olio con i piatti della cucina italiana e qualche piatto della cucina Pechinese, Cantonese o del Shizuan."

"E' già stato un grande risultato" – conclude Celletti- "l'aver ottenuto dalle autorità cinesi l'incarico di guidare questa grande manifestazione sino al 2011. Non vanifichiamolo!"

(www.frantoicelletti.com)

Curiosità

ACCERTATO: L' UOVO E' NATO PRIMA DELLA GALLINA

La prestigiosa rivista Times ha dato l'annuncio di una sensazionale scoperta dei ricercatori dell'Università di Nottingham, che chiarisce finalmente un annoso dilemma: “è nato prima l'uovo o la gallina?”

E' nato prima l'uovo, rispondono senza più dubbi le “teste d'uovo” (è il caso di dirlo!) di Nottingham, specialisti in genetica evolutiva: “il materiale genetico non muta durante la vita di un animale”.

Il primo uccello evolutosi poi in gallina, pertanto, **deve essere prima esistito come embrione in un uovo.**

Un embrione che aveva lo stesso Dna della gallina e che sarebbe poi diventato l'uovo di gallina. Un uovo che è dunque esistito prima dell'animale omonimo.

E che la prima gallina sia nata da un uovo, riferisce sempre la rivista Times, è fuori discussione anche per altri ricercatori e studiosi inglesi. Come David Papineau, ad esempio, docente di filosofia della scienza del King's College di Londra, che ha spiegato il suo ragionamento con un paradosso: “se un canguro facesse un uovo da cui nasce uno struzzo, quello sarebbe un uovo di struzzo, non di canguro”. Chiaro?

Per Charles Bours, allevatore e presidente dell'associazione di categoria, è chiarissimo: “ l'uovo c'era prima della gallina: forse non come quello odierno, ma sempre e comunque uovo”.

(da “OvoNews”, periodico di cultura dell'uovo, n. 2/2007)

