



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

LE NUOVE REGOLE DELLA COMPETIZIONE E I PROFESSIONISTI DEI SERVIZI.-

ECONOMIA E FINANZA

- La Confcommercio sulla Finanziaria 2007
- La spesa previdenziale e la contro riforma del TFR.-

LAVORO

- Regione Lombardia: varata la legge sul mercato del lavoro.-

EVENTI

- Grande successo mediatico al percorso dei macellai
- L'innovazione incomincia a 43 anni con SMAU 2006
- SMAU 2006: una politica industriale a favore dell'ICT
- SMAU 2006: con "Sportelloimprese" di Confcommercio un aiuto alle imprese.-
- SMAU 2006: da "Assintel report" segnali di ripresa.-
- SMAU 2006: il mercato elettronico della pubblica amministrazione: occasione di crescita per le PMI.-
- Carlo Sangalli alla prima di SMAU 2006.-
- Festa al femminile a Palazzo Castiglioni per la 2° edizione del premio Donna Terziario

FIERE – CONVEGNI – MANIFESTAZIONI

- Dal 14 al 17 aprile 2007 "Cibus" sbarca a Roma.-
- Premiate le vincitrici del 1° campionato italiano birre artigianali.-
- La 5° Conferenza Nazionale sugli alimenti a Milano all'insegna della sicurezza e della ricerca.-

(IN) SICUREZZA ALIMENTARE: Bufale dopate nel casertano per avere più mozzarelle.-

MOLTO BREVEMENTE.....

Chiuso in redazione il : 14/10/2006

LE NUOVE REGOLE DELLA COMPETIZIONE E I PROFESSIONISTI DEI SERVIZI

E' stata una felice occasione, il Convegno sulle nuove regole della competizione, organizzato a Palazzo Castiglioni il 19 settembre scorso dal Comitato Provinciale Servizi dell'Unione CTSP, per gli esperti delle diverse associazioni del variegato mondo dei servizi, di presentare esperienze e programmi, confrontando ricette e strumenti selezionati per rispondere alle nuove richieste del mercato.

Come ha ricordato, infatti, il presidente del Comitato Servizi, Umberto Bellini, "le regole della competizione stanno cambiando rapidamente, imponendo anche alle imprese del settore di confrontarsi con esse, per competere adeguatamente a livello mondiale, a vantaggio del sistema Italia."

"Questo Convegno" – ha detto Bellini - "fortemente voluto dal Comitato Servizi e dallo stesso presidente dell'Unione, Carlo Sangalli, vuole offrire, prima di tutto, una conoscenza diretta dell'attività delle associazioni e poi fornire soluzioni nei diversi ambiti in cui le nuove regole della competizione influenzeranno le strategie aziendali."

"Per fare in modo che le aziende e i professionisti dei servizi siano spettatori, ma anche attori sullo scenario della nuova competizione globale".

Si è scelto, quindi, di affrontare alcune tematiche di base, comuni a tutti i settori, come il codice deontologico di autodisciplina per i professionisti e le imprese, proposto dalle associazioni e sottoscritto a conferma del patto associativo, in grado di aumentare la qualità, i valori e l'attrattività del servizio offerto agli occhi dei clienti.

I – UN CODICE DEONTOLOGICO PER LE IMPRESE DEI SERVIZI.

Su questo tema del codice deontologico c'è stato, al Convegno, un primo confronto fra le associazioni che l'hanno adottato.

Sia la FEDERCENTRI (associazione dei Centri di traduzione e interpretariato) che ASSEPRIM (associazione servizi professionali alle imprese), come anche AIM-OTE (associazione del Timeshare e della Multiproprietà), ASSOMODA (l'associazione degli agenti rappresentanti e consulenti della moda), CONFIDA (associazione italiana distributori automatici) e APIIS (associazione imprenditori impianti sportivi), hanno testimoniato la validità, e anzi la necessità, ormai, di un codice di autodisciplina a cui fare riferimento.

In un settore come quello dei servizi, infatti, povero di leggi specifiche – ha rilevato Massimo Loiacono di ASSEPRIM - "si sente l'esigenza di un codice di autoregolamentazione che evidenzi i valori delle imprese ed eviti superficialità di rapporti e scorrette comunicazioni, in grado di screditare il settore".

D'altra parte, alcune associazioni, come la "Feder.cen.tr.i", l'associazione che rappresenta i centri di traduzione e interpretariato, hanno come obiettivo secondario, dopo il codice deontologico, quello di promuovere l'adozione della norma UNI 10574 e della Certificazione di qualità fra le imprese associate.

E anche la "AIM-OTE", l'associazione del Timeshare e della Multiproprietà, ha riferito al Convegno il suo presidente E. Parlato Spadafora, già nel 1998 s'era dato un codice di autoregolamentazione in materia di pubblicità ingannevole e sleale, rispetto dell'ambiente, correttezza contrattuale e comunicativa. Più di recente, l'associazione ha messo a punto un sistema di certificazione e un arbitrato di conciliazione. "Perché la vendita di multiproprietà deve essere *razionale*, non *emozionale*. Questa è la strada giusta per le aziende serie" – ha detto Parlato Spadafora.

E fra i primissimi a darsi regole di autodisciplina, c'è stata sicuramente ASSOMODA, ha ricordato il suo presidente Giulio Di Sabato. Regole che riguardano anche valori di ispirazione cristiana, come la solidarietà, che gli agenti e rappresentanti del settore moda, oggi veri e propri consulenti, hanno voluto darsi.

Valori ed eticità, d'altra parte, sono comuni a tutte le categorie dei servizi, com'è giusto che sia, considerando la delicatezza delle attività svolte nei confronti degli utenti di tali servizi, spesso innovativi e, quindi, poco conosciuti.

Regole comportamentali nate dalle esigenze della base associata, come ha sottolineato Vincenzo Scrigna, presidente di CONFIDA, l'associazione delle imprese che si occupano della distribuzione automatica.

Una "Carta dei servizi", quella di CONFIDA, che viene utilizzata dalle imprese associate per partecipare alle gare d'appalto, così da garantire la professionalità dell'assistenza, ma anche la sicurezza e l'efficienza delle macchine e la qualità dei prodotti.

E', quindi, più che utile, indispensabile per un settore emergente che fattura 1.500 miliardi all'anno e che ha molti problemi da affrontare: dalle accuse di favorire, con le "merendine" e gli "snacks" messi a disposizione dalle macchine distributrici, l'obesità dei ragazzi, ai costi: valga come esempio la richiesta degli istituti bancari del 4% per cambiare i milioni di monetine che ogni anno le imprese del settore consegnano.

Problemi diversi, ma altrettanto vistosi, per gli imprenditori che gestiscono impianti sportivi, come ha ricordato al Convegno il presidente di APIIS, Marco Contardi.

Un codice etico comportamentale è indispensabile in un settore che si occupa del benessere fisico delle persone, tanto più di questi tempi, in cui agguerriti gruppi esteri stanno entrando nel mercato italiano. Un codice che deve regolare aspetti contrattuali delicati e dati sensibili quali i certificati medici.

II – TECNICHE DI MANAGEMENT PER SVILUPPARE LA CREATIVITA'

Michele Giordano, vice-presidente di ANPRO, l'associazione che rappresenta i professionisti per l'impresa, ha dissertato piacevolmente sulle tecniche di management e di consulenza meglio orientate ad affrontare la nuova competizione.

Ed è nel percorso "prodotto/processo/mercato", secondo Giordano, che le imprese devono trovare la forza di innovare, differenziandosi e non banalizzandosi.

Perché si devono "promuovere sogni" e non solo prodotti, e le difficoltà nascono dal bisogno di sbarazzarsi dei vecchi modelli, più che di trovarne di nuovi.

III – FLESSIBILITA' DI SPAZI ED ECONOMIA DI TEMPO

Gianluca Pollesel, presidente di ANIUR, l'associazione dei Centri Uffici Residence, ha illustrato i vantaggi che le imprese associate offrono a professionisti, imprenditori, artigiani, unità e aziende locali e multinazionali, mettendo a loro disposizione, in strutture simili a quelle alberghiere, stanze attrezzate con tutto quanto serve a lavorare, dal telefono al computer collegato a internet.

Con la flessibilità degli spazi e l'economia di tempo, si forniscono supporti essenziali alle esigenze delle imprese, senza costringerle a pesanti investimenti iniziali.

Pollesel ha portato esempi significativi di aziende che, grazie ai servizi offerti dai Centri Uffici Residence, hanno conseguito successi importanti: dalla Maxizoo Italia, catena di negozi per animali, alla “EMC2”, azienda di hi-tech, e alla Ecofumi, azienda artigiana di territorio.

IV – CONSULENZA E INNOVAZIONE COMPETITIVA DELLE IMPRESE

L'APCO è l'associazione professionale dei consulenti di direzione e organizzazione.

I suoi obiettivi prioritari, ha spiegato il presidente Francesco D'Aprile, sono quelli di qualificare e certificare coloro che svolgono l'attività di consulente di direzione, secondo gli standard e i codici di comportamento internazionali, affermandone il ruolo e diffondendone la conoscenza, proponendo un proprio codice di etica professionale.

A chi si associa, ha detto D'Aprile, chiediamo se sia disposto ad assumersi responsabilità insieme all'azienda a cui dà consulenza. Da qui, la partenza per un percorso comune di seria professionalità, destinato a tradursi in vantaggi reciproci in termini di efficienza competitiva.

V – IL CONTRIBUTO DELLA RICERCA DI MARKETING.

ASSIRM, associata ad ASSEPRIM, è l'associazione che rappresenta gli istituti di ricerche di mercato, sondaggi d'opinione, ricerca sociale. Nata nel 1991 per iniziativa di 14 istituti italiani leader, ASSIRM, ha spiegato il suo direttore generale Cecilia Gobbi, conta oggi 38 soci, che costituiscono l'80% degli istituti attivi.

“Noi non vendiamo al pubblico” – ha detto la Gobbi - “Raccogliamo informazioni e le rivendiamo. La fiducia dei nostri clienti è fondamentale. Noi siamo spettatori, ascoltatori, interlocutori per diventare attori.”

“Per questo l'accettazione di nuovi soci è rigorosamente subordinata alla verifica dell'esperienza professionale. Le ricerche di marketing sono un supporto strategico alla gestione di impresa. Serve però una nuova cultura della ricerca intesa come servizio, alimentata dalla passione e qualificata dal rigore metodologico. Si tratta di un autentico valore economico e sociale e questo è l'assunto fondamentale di ASSIRM. Il suo codice deontologico vincola gli associati al rispetto di norme di comportamento e fornisce una precisa garanzia agli utenti”.

VI – LE NUOVE VIE DELLA COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

“MGM Digital Communication” – ha spiegato Maria Grazia Mattei, che nel 1995 l'ha fondato, è uno studio di ricerca, di consulenza e di diffusione della cultura digitale”.

“E' specializzato nell'analisi e nella comunicazione dello scenario digitale attraverso la progettazione di iniziative ed eventi on e off line. Grazie ad una rete internazionale di collaboratori e di rapporti con i settori più innovativi della ricerca tecnologica digitale, MGM Digital Communication permette di progettare convegni, seminari, mostre e rassegne sui temi dell'innovazione: cinema, TV, musica, arte.”

VII – COMPETITIVITA' E INTERNAZIONALIZZAZIONE

Ha concluso i lavori del Convegno Mario Bossi, segretario di AICE, l'associazione di chi si occupa di commercio con l'estero.

“Per la dottoressa Mattei” – ha esordito Bossi - “essere competitivi significa digitalizzarsi, per me significa internazionalizzarsi.”

Nel 2004, ha ricordato Bossi, per la prima volta dal 1992, la bilancia commerciale italiana è stata negativa. Endogene le cause: dalle piccole dimensioni delle imprese alla scarsità di risorse umane e finanziarie; dall’alta concentrazione in settori tradizionali a basso valore aggiunto, agli scarsi investimenti per l’innovazione.

“E’ un segnale importante” – ha avvertito Bossi - “da non trascurare nel processo psicologico delle imprese nei confronti della globalizzazione. Perché globalizzazione non significa solo, come qualcuno ha gioiosamente creduto, che si può andare dove si vuole, ma anche che tutti gli altri possono venire da noi”.

Per rendere competitiva l’impresa, ha ricordato Mario Bossi, bisogna incidere sui costi oppure sui ricavi. Attraverso l’internazionalizzazione si può incidere sui costi e sui ricavi.”

“Purtroppo, le piccole dimensioni di molte nostre imprese ostacolano ancora uno sfruttamento completo delle risorse offerte dall’internazionalizzazione. Molti produttori, così, si trasformano in importatori”.

“Da noi c’è ancora resistenza al cambiamento, ma il cambiamento è indispensabile. Per quanto sapranno resistere le nostre piccole imprese al cambiamento, prima di soccombere? “

Internazionalizzarsi è indispensabile, per le imprese e per il Paese – ha concluso Bossi, invitando tutti a leggere il volume di Rampini “CINDIA”, che descrive molto bene un cambiamento epocale nei due colossi asiatici.

“Sono realtà, quelle descritte da Rampini, che vanno al di là di ogni nostro stereotipo”.

Per internazionalizzarsi occorre essere competitivo, ma per essere competitivi bisogna internazionalizzarsi.

Una sorta di scioglilingua, quello di Mario Bossi, ma estremamente chiaro.

In sostanza, una esperienza, quella del Convegno sulla competizione nel settore dei servizi, a giudizio degli intervenuti, sicuramente e largamente positiva.

Altri incontri, magari a tema specifico per semplificare l’approccio a problemi tanto nuovi e impegnativi, seguiranno a breve.

Parola del presidente del Comitato Provinciale Servizi, Umberto Bellini.

Sergio Lolli



Economia & Finanza

LA CONFCOMMERCIO SULLA FINANZIARIA 2007: " E' DA CAMBIARE" FORTI CRITICHE PER L'IMPATTO SULLE IMPRESE. SCELTA LA MOBILITAZIONE E L'ASSEMBLEA STRAORDINARIA.

Nell'audizione davanti alla Commissione Bilancio della Camera, Confcommercio ha sottolineato che mancano, nella legge finanziaria per il 2007, scelte strutturali di riduzione della spesa pubblica e che la pressione fiscale rischia di arrivare al 42% del Pil, il dato più alto dal 1997.

Riportiamo, dal testo del documento confederale, alcuni dei passaggi più significativi:

"... nell'attesa di un federalismo fiscale ancora tutto da costruire, addizionali, imposte e tributi locali crescono all'interno di un disegno che continua a non affrontare con la necessaria determinazione né il tema della produttività della funzione pubblica, né quello del contenimento e della riduzione della spesa."

LA SPESA PREVIDENZIALE E LA CONTRORIFORMA DEL TFR.

"... A fronte del ricorso a maggiori entrate, non si ravvisano nel provvedimento scelte strutturali di riduzione della spesa pubblica."

"Le scelte in materia previdenziale sono state rinviate, sulla scorta di un memorandum d'intesa tra Governo e Sindacati, al quale si sono accompagnate misure di **aumento della contribuzione previdenziale a carico del lavoro autonomo per circa 1,3 miliardi di euro nel 2007, dei lavoratori parasubordinati per analogo importo, degli apprendisti per 1,1 miliardi di euro, dei lavoratori dipendenti per circa 900 milioni di euro**".

"Sono misure che stigmatizziamo, per ragioni di metodo e di merito. Per ragioni di metodo, perché il Governo ha deciso di sottrarsi al confronto con le Organizzazioni di rappresentanza del lavoro autonomo. Di merito, perché la realtà della gestione INPS del commercio è caratterizzata da **un solido attivo patrimoniale**, nell'ordine di 7 miliardi di euro, e **da un andamento positivo del rapporto attivi/pensionati**, con una aliquota contributiva formalmente del 17,99%, cui occorre però sommare 2 punti impliciti di maggiore contribuzione, derivanti dal maggior minimale contributivo e dai ridotti trasferimenti a carico dello Stato per spese assistenziali."

"**Le scelte fatte, sia per l'aumento della contribuzione pensionistica dei commercianti che per quella degli apprendisti, andranno radicalmente riviste,**

nel contesto di un sistema previdenziale pubblico che tenga conto, in prospettiva particolare, dell'esigenza di una robusta previdenza integrativa anche per il lavoro autonomo."

"L'unica "controriforma" fatta in materia di previdenza" – continua il documento confederale- " è stata quella del conferimento presso l'istituendo Fondo Inps del 50% dei flussi maturandi del TFR inoptato dai lavoratori, stimati per circa 6 miliardi di euro nel 2007".

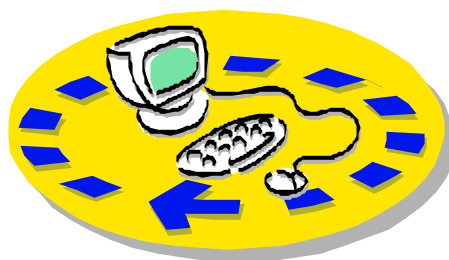
" **Si tratta di una operazione inaccettabile e chiediamo che la controriforma del TFR venga cancellata**".

Altri punti della Finanziaria 2007 contestati duramente dalla Confcommercio, quelli relativi alla **riduzione del cuneo fiscale e contributivo** (nessun beneficio per le piccole imprese con limitato numero di dipendenti); quelli delle **nuove aliquote Irpef, del “camuffato” ritorno della tassa di successione, degli studi di settore con relativi controlli e sanzioni** (un grosso errore ogni ipotesi di revisione degli studi sviluppata in riferimento a dati di contabilità nazionale che, per le caratteristiche di stima sintetica, non sono oggettivamente applicabili alla metodologia degli studi e li falserebbero) e delle **politiche per lo sviluppo** (non è stata sciolta l'ambiguità tra politica industriale stretta e quella allargata a tutte le attività produttive, compreso commercio e servizi).

E' necessario, quindi, secondo Confcommercio, **cambiare profondamente questa legge finanziaria**, nell'interesse del Paese.

Augurandosi che in Parlamento ampi settori della maggioranza e dell'opposizione possano convergere su tale necessità di revisione, il Consiglio generale di Confcommercio **sceglie la mobilitazione e la convocazione di una Assemblea straordinaria nazionale a Roma**.

Per raccogliere le proteste delle imprese del terziario contro la manovra, è stato attivato un indirizzo specifico di posta elettronica: finanziaria2007@confcommercio.it



Lavoro

REGIONE LOMBARDIA: VARATA LA LEGGE SUL MERCATO DEL LAVORO MISURE PER OVER 45, GIOVANI E DONNE

Centralità della persona, flessibilità del sistema con tutela delle categorie più deboli, libertà di scelta tra operatori pubblici e privati, valorizzazione del ruolo delle istituzioni. Sono questi i cardini su cui poggia la **legge regionale sul mercato del lavoro**, proposta dalla Giunta e varata dal Consiglio della Lombardia a fine settembre. Lo riporta “Lombardia Notizie 7”, che aggiunge alla notizia i commenti del presidente Formigoni e dell’ assessore regionale all’Istruzione, Formazione e Lavoro, Gianni Rossoni.

*“Una legge” – commenta Roberto Formigoni- “che rappresenta un tassello importante della nostra strategia per il **rilancio della competitività del sistema lombardo**. Il progetto, fra l’altro, era stato discusso e confrontato dal Comitato strategico per la competitività, cioè dal gotha dell’economia e dell’innovazione della nostra Regione, ricevendone un convinto sostegno. Siamo certi che questa legge darà **un decisivo impulso all’incontro tra domanda e offerta di lavoro**, con beneficio soprattutto per i giovani e per tutte le imprese”.*

L’assessore Gianni Rossoni, dal canto suo, ha sottolineato che *“questa legge, risultato di un lungo lavoro di confronto con le parti sociali e istituzionali, riconosce un **ruolo fondamentale anche alle Province**, che vengono ampiamente coinvolte nella programmazione delle politiche attive per il lavoro”.*

Il “Piano di azione pluriennale” previsto dalla legge, infatti, che tratterà l’azione programmatoria della Regione, comprenderà anche i vari piani di azione provinciale.

Alle Province, inoltre, spetta la programmazione delle politiche in materia di inserimento dei disabili, di tirocini formativi, di situazioni di crisi occupazionali ecc.

“Il progetto di legge” – ha precisato Rossoni - “ fa della concertazione un elemento centrale. Le organizzazioni dei lavoratori e quelle dei datori di lavoro sono infatti chiamate a giocare un ruolo attivo, innanzitutto per quanto riguarda i temi del contrasto al lavoro irregolare e della sicurezza sui posti di lavoro”.

Per verificare l’utilizzo delle risorse investite in relazione ai risultati ottenuti, è stata prevista l’istituzione di un **“valutatore indipendente”**, un soggetto terzo, scelto con un bando di concorso, il cui compito sarà proprio quello di verificare l’efficacia e l’efficienza dei servizi offerti.

Un altro punto qualificante della legge, ha detto l’assessore al Lavoro, è quello della **flessibilità, non della precarietà, del lavoro**, coniugata alla tutela e garanzia dei lavoratori, soprattutto di quelli più deboli: le donne, gli over 45, i giovani, per i quali la legge prevede nuove forme di sostegno.

“Non privatizziamo, ma aumentiamo l’offerta di servizi”, ha concluso Rossoni.

(Per saperne di più: www.regione.lombardia.it. Via Filzi 22, 20124 Milano)

GRANDE SUCCESSO MEDIATICO E DI PUBBLICO AL "PERCORSO DEI MACELLAI FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE"



EVENTI

A mezzogiorno, domenica 24 settembre in via Spallanzani, che da Piazza Oberdan porta in piazza Santa Francesca Romana, non si riusciva proprio a transitare, se non "lentissimo pede" e sgomitando parecchio.

Merito della manifestazione popolare organizzata dalla Associazione Macellai e dall'Ascom Spallanzani, in collaborazione con l'Unione Commercio T.S.P. della Provincia di Milano.

Veramente tanta la gente, tantissimi bambini e molti cani, tenuti faticosamente a guinzaglio, frastornati com'erano da mille aromi di carne arrostita.

Carne di tutti i tipi, di maiale, di vitello, di manzo, e persino di struzzo, preparata e presentata sui banchi degli oltre 50 stand dai maestri macellai, esperti artigiani arrivati da tutta Italia. Professionisti in camice bianco e mascherina, niente da invidiare ai chirurghi. Un po' maturi, per lo più, ma si sa che i giovani storcono il naso, quando si parla di mestieri impegnativi, senza orari, e, forse senza un grande futuro vista la concorrenza che c'è in giro. Così, si sta pensando di tirar su giovani africani e asiatici, come già hanno fatto i panificatori. Ma i macellai rimasti (solo 400 nel milanese, trent'anni fa erano 2.500), per fortuna, non sembrano pensare alla pensione, a giudicare da come affettano le bistecche e da come battono sulle costole per ammorbidirle. Hanno risposto con entusiasmo alla chiamata in servizio per una domenica dell'Associazione Macellai e dell'Unione Commercio, collaborando con l'Ascom Spallanzani per far decollare una manifestazione che, giunta alla seconda edizione, promette molto bene per il futuro.

I milanesi hanno risposto benissimo, affollando sino all'inverosimile la via e la piazza, attirati anche da una originale formula promozionale: assaggi e degustazioni libere in tutti gli stand, solo mostrando il braccialetto allacciato al polso dagli addetti dell'Associazione Macellai, alle due estremità di via Spallanzani, in cambio di un piccolo contributo da devolvere alla Fondazione G. e D. De Marchi per la lotta contro le empatie e i tumori dell'infanzia.

Insieme ai banchi dei macellai, quelli di altri imprenditori commerciali associati all'Unione: panificatori, pasticceri, salumieri, erboristi, ortolani, specialisti delle enoteche, con l'offerta dei loro prodotti specifici e del loro talento artigianale.

Pane fresco, focacce, vino e tanta uva, perché non si vive di sola carne. Neanche alla festa dei macellai.

Come apoteosi di grande richiamo, in piazza Santa Francesca Romana, su un palco allestito dall'Unione Commercio, alcuni esperti macellai hanno dimostrato come si prepara una enorme costoletta, perfettamente ritagliata da un vitello in un unico pezzo di 148 kg. Battuta a mano per ore, ammorbidita con 200 uova e pane grattugiato in abbondanza, cotta croccante e poi tagliata a pezzi e distribuita alle varie istituzioni benefiche milanesi.

Una seconda edizione di questo "percorso dei macellai fra tradizione e innovazione", che è stato un vero, grosso successo di partecipazione popolare, giustamente amplificato da tutti media, dai quotidiani alla TV.

Gli assessori (la Maiolo ha auspicato che le modelle, dall'aspetto a volte anoressico, che affollano Milano per le collezioni della moda, approfittino delle degustazioni di carne e cotolette per es-

sere ancora più belle), i rappresentanti delle istituzioni e i dirigenti delle associazioni dell'agro-alimentare dell'Unione Commercio, hanno trovato, alla inaugurazione della festa, un palcoscenico popolare di grande rilievo per testimoniare il valore e la vitalità delle piccole imprese altamente specializzate nella distribuzione, alle prese con una concorrenza sempre più impegnativa, ma decise a non rinunciare al proprio insostituibile ruolo economico e civile.

L' INNOVAZIONE COMINCIA A 43 ANNI: CON SMAU 2006 IN FIERA QUATTRO GIORNI DI INFORMAZIONE E FORMAZIONE PROFESSIONALE ALL'INSEGNA DEL "SCORDATEVI IL PASSATO"

La 43^a edizione dello SMAU 2006. si è svolta, dal 4 al 7 ottobre, con rinnovati assetti organizzativi e nuovissima veste:

- non più "Salone delle Macchine e Attrezzature per l'Ufficio", ma "Esposizione Internazionale di Information & Communications Technology";
- non più nei vecchi padiglioni di FieraMilanoCity, ma in quelli modernissimi del nuovo polo fieristico di Rho Pero;
- non più aperto anche al pubblico, ma esclusivamente riservato agli operatori professionali;
- non più solo esposizione e kermesse popolare, ma iniziative mirate con i "Percorsi dell'innovazione" e con il Digital Workstyle, pensate per consentire ai visitatori-imprenditori e professionisti di toccare con mano i vantaggi offerti dalle nuove tecnologie.

Alla inaugurazione dello SMAU 2006, il presidente di Promotor International, **Alfredo Cazzola**, ha dichiarato che il Salone, così rinnovato, si rivolge a un pubblico di decision makers del mondo aziendale: piccole, medie e grandi imprese dell'industria, dell'artigianato, del commercio e dei servizi.

"Lo SMAU che presentiamo oggi" – ha detto Cazzola - *"è frutto di una scelta radicale e coraggiosa, ma necessaria per rilanciare una manifestazione che negli ultimi tempi aveva perso una sua caratterizzazione precisa. E' uno SMAU completamente nuovo che, affermando la sua vocazione esclusivamente business, punta a diventare, così come altri eventi internazionali, un vero e proprio polo di riferimento per il settore ICT"*.

A dimostrazione della vocazione alla professionalità e al business del nuovo SMAU, la cerimonia di inaugurazione è stata inserita in un vero e proprio Convegno dedicato alla competitività, coordinato dal professor **Carlo Maria Guerri**: **"ICT e competitività nell'Agenda Politica del nostro Paese: contributi e riflessioni"**.

SMAU 2006: UNA POLITICA INDUSTRIALE A FAVORE DELL' ICT



Il Convegno, e più in generale lo SMAU 2006, sono stati l'occasione per il rilancio di una politica industriale a favore del settore ICT in Italia.

Il progetto di Promotor International vuole, ha spiegato il presidente Alfredo Cazzola ai tre Ministri presenti: Paolo Gentiloni (Comunicazioni), Luigi Nicolais (Riforme e Innovazioni) e Linda Lanzilotta (Affari Regionali), *"mira a restituire allo SMAU il ruolo di catalizzatore dell'attenzione nazionale sul mercato ICT e a porsi come volano per la ripresa della competitività dell'industria del settore. SMAU non solo occasione di business, ma soggetto attivo nel favorire un confronto fra imprese e istituzioni"*.

La realizzazione del progetto è stata affidata alla società Evidenze, presieduta dal professor Guerri, che nel corso dell'anno ha già avviato un tavolo di confronto con rappresentanti seleziona-

ti delle imprese del settore, al fine di raccoglierne le istanze puntuali. Il risultato è stato inserito nella Ricerca presentata nel Convegno inaugurale dello SMAU.

Convegno al quale hanno preso parte, oltre ai rappresentanti del Governo, quelli delle imprese: **Alberto Tripi**, presidente Federcomin; **Pasquale Pistorio**, vice-presidente di Confindustria per l'Innovazione e la Ricerca; **Carlo Sangalli**, presidente di Confcommercio e **Giorgio Rapari**, membro della Giunta confederale e presidente di ASSINTEL, l'associazione nazionale di riferimento delle imprese ICT.

SMAU 2006: CON "SPORTELLIMPRESE" DI CONFCOMMERCIO UN AIUTO ALLE IMPRESE PER OPERARE NEL MERCATO PUBBLICO

Confcommercio ha occupato uno spazio importante allo SMAU 2006: uno stand di 1.000 metri per presentare "Sportellimprese", la nuova rete di servizi alle imprese creata in collaborazione con Consip Spa.

La rete "Sportellimprese", che conta 60 sportelli attivati in altrettante strutture territoriali di Confcommercio, intende guidare le piccole e medie imprese del terziario attraverso i meccanismi dei nuovi sistemi di e-procurement, utilizzati da un numero crescente di Pubbliche Amministrazioni, permettendo all'utente-impresa di accedere alla gamma di conoscenze, beni e servizi divenuti indispensabili per competere in una vasta fetta di mercato.

Con l'ausilio dello sportello, l'imprenditore è messo in grado di realizzare, e poi di modificare e di gestire, un catalogo elettronico di qualità, che valorizzi le specificità del "fare impresa" e la conoscenza del mercato locale, e, nello stesso tempo, pienamente rispettoso dei criteri e dei parametri tecnici e normativi richiesti dai bandi e dai capitolati.

"Il mondo va sempre più in direzione della terziarizzazione e dell'innovazione" – ha detto il presidente della Confcommercio Sangalli- "e noi abbiamo investito molto nell'innovazione, attrezzando il mondo associativo per corrispondere adeguatamente alle responsabilità di modernizzare le imprese, aumentandone la competitività".

"Sportellimprese" rappresenta una opportunità di crescita e di innovazione per tutte quelle PMI terziarie che, in passato, avevano registrato grandi difficoltà ad inserirsi nel programma di razionalizzazione degli acquisti della PA e che, di fatto, erano escluse da un mercato di esclusiva pertinenza delle grandi imprese.

SMAU 2006: DA "ASSINTEL REPORT" SEGNALI DI RIPRESA

Assintel, l'associazione nazionale di riferimento per le aziende che operano nel settore ICT, è stata presente con un proprio stand all'interno del vasto settore della Confcommercio, ribadendo il proprio compito istituzionale di diffondere sempre di più la cultura dell'innovazione tecnologica, con una funzione di traino per tutte le aziende che ancora non percepiscono in pieno il valore dell'IT quale strumento strategico di competitività.

Commentando i dati emersi dall' "Assintel Report 2006" sul "Mercato del Software e dei Servizi in Italia, il presidente di Assintel, **Giorgio Rapari**, ha rilevato che ci sono *"segnali di ripresa del settore, con un ritorno al segno positivo dei Servizi IT e del Software e una conferma del trend positivo dell' Hardware. Una inversione di tendenza, rispetto agli scorsi tre anni, con segnali che inducono finalmente a previsioni ottimistiche circa l'inizio di un ciclo economico positivo, con una ripresa degli investimenti in ICT e una crescita della fiducia nei fornitori di tecnologia"*.



SMAU 2006 - IL MERCATO ELETTRONICO DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE OCCASIONE DI CRESCITA PER LE PMI

Il mercato elettronico della pubblica amministrazione, ha rilevato Rapari, coniuga i vantaggi di essere un mercato virtuale, in cui tutto (abilitazione, catalogo, firma, ordini, offerte, comunicazioni..) avviene in via telematica, con la tradizione tipica della nostra economia, fatta di medie e piccole imprese localizzate su tutto il territorio nazionale, e fatta anche di una miriade di amministrazioni locali.

Le sinergie messe in campo negli ultimi due anni da Confcommercio, Assintel e Consip, hanno consentito, tra l'altro, di assicurare una qualificata formazione a decine di collaboratori, che sono oggi in grado di guidare le piccole e medie imprese del terziario nella implementazione e nella gestione del catalogo elettronico, secondo i criteri e i parametri richiesti dai bandi di abilitazione emessi dalla Consip. Assistenza e informazione viene oggi garantita alle piccole e medie imprese del settore, anche per partecipare alle gare telematiche, dagli "SPORTELLIMPRESE" Confcommercio-Consip.

CARLO SANGALLI ALLA PRIMA DI SMAU 2006: "UNA FINANZIARIA CHE CI MORTIFICA, OCCORRE RIVEDERLA NELL'INTERESSE DEL PAESE, PERCHE' NON AIUTA LA LOTTA ALL'EVASIONE E NON PUO' AFFRONTARE LA POSSIBILE CRESCITA NEL 2007"

Al Convegno inaugurale dello SMAU 2006, il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, oltre a confermare l'interesse con cui l'organizzazione segue e supporta la crescita del settore dei servizi informatici e telematici, sollecitato dagli organizzatori, dal pubblico di imprenditori e dalla presenza di ben tre Ministri del Governo Prodi, ha svolto un intervento sostanzialmente negativo nei confronti della legge finanziaria

"Siamo amareggiati, innanzitutto, per il nostro mancato coinvolgimento nella concertazione" – ha detto Sangalli. "Avevamo indicato, col pieno accordo di Confindustria, la strada maestra da percorrere con la Finanziaria: riduzione della spesa pubblica, soprattutto di quella improduttiva, lotta all'evasione e all'elusione fiscale. A conti fatti, i risultati della legge sono ben diversi, perché essa prevede più entrate che uscite, non c'è rilancio dei consumi, non c'è conferma della "ripresina", non ci sono strategie adeguate per affrontare la probabile crescita del 2007."

"Più che pagare tutti per pagare meno, sarebbe utile pagare meno per pagare tutti. Non per difesa corporativa, ma nell'interesse del Paese. Spero in un tavolo di trattative che non dimentichi le forze sociali che rappresentano i servizi."

(Per saperne di più: www.confcommercio.it, www.smau.it, sportellimprese@tesoro.it).

FESTA AL FEMMINILE A PALAZZO CASTIGLIONI PER LA SECONDA EDIZIONE DEL PREMIO EUROPEO "DONNA TERZIARIO"

Il Gruppo "Terziario Donna" dell'Unione Commercio Turismo Servizi e Professioni della Provincia di Milano, ha organizzato a Palazzo Castiglioni, il 7 ottobre scorso, la festa delle donne imprenditrici, in occasione del conferimento del "Premio Europeo Donna Terziario 2006", che annualmente viene assegnato a imprenditrici di particolare valore professionale provenienti dalle 4 Regioni

“motori d’Europa”: Rhone-Alpes, Catalogna, Baden Wurttemberg e Lombardia.

E’ un avvenimento, questo del Premio Europeo “Donna Terziario”, finalizzato a dare visibilità all’imprenditoria femminile e, quindi, di grande attualità, in tempi in cui si sta scoprendo scientificamente quello che già si sospettava: l’imprenditoria femminile supera quella maschile per quantità e qualità e costituisce, quindi, la speranza di un settore, quello del commercio, del turismo e dei servizi, che da terziario sta diventando “primario”.

Dallo schermo allestito nella elegante (e molto femminile..) Sala Commercio di Palazzo Castiglioni, il presidente della Confcommercio Carlo Sangalli ha espresso, insieme al rammarico per non essere presente alla festosa cerimonia, la volontà dell’Organizzazione di essere sempre più e meglio al fianco delle imprenditrici, perché è dall’impegno, dalla professionalità e dalla creatività profusi dalle donne, soprattutto nelle piccole e medie imprese ,che verrà un significativo aiuto alla crescita dell’economia italiana e mondiale.

Analogha ammirazione per le donne imprenditrici ha espresso il Sindaco di Milano, Letizia Moratti, di cui Maria Antonia Rossini, presidente del Gruppo Terziario Donne di Milano, ha letto un messaggio augurale e partecipe.

“Aumenta il nostro lavoro, il nostro impegno” – ha ricordato la Rossini- “ma non aumenta il peso dirigenziale delle donne. Occorre integrare la posizione in azienda con quella familiare, ma non è semplice come per gli uomini.”

Renato Borghi, vice presidente dell’Unione e responsabile di Formater della Camera di Commercio, ha sottolineato i pericoli di un mercato sempre più duro e selettivo per le sfide della globalizzazione e le preoccupazioni per una Finanziaria che sembra penalizzare l’imprenditoria produttiva, invece di favorirne la modernizzazione.

Chiamato in causa da Borghi, come presidente della Commissione Bilancio della Camera, l’onorevole Duilio, dopo avere espresso compiacimento per “il respiro internazionale” della manifestazione e l’atmosfera di festa, più che cerimoniale, ha detto di condividere in parte le preoccupazioni della Confcommercio. *“Cercheremo, con l’aiuto delle donne presenti in Parlamento, di migliorare l’assetto legislativo della Finanziaria, per sostenere l’imprenditoria femminile”.*

Anche l’assessore alle attività produttive del Comune di Milano, Tiziana Maiolo, ha criticato la Finanziaria, ricordando che le piccole e medie imprese costituiscono l’ossatura del Paese. Per quanto riguarda la posizione delle donne, a Milano c’è un Sindaco donna, una presidentessa di Assolombarda e diversi assessori donne in Regione, Comune e Provincia, anche in assessorati tradizionalmente occupati da uomini, come quello da lei ricoperto. *“Il problema famiglia/lavoro esiste, ma non sono pessimista, perché a livello locale come all’ONU si sta lavorando nella giusta direzione. Il premio “Valore Donna”, istituito dal Comune di Milano, per fare un esempio, è stato pensato e destinato esclusivamente alle donne”.*

Secondo Massimo Zanello, assessore della Regione Lombardia, la situazione delle donne è nettamente migliorata, da com’era negli anni ’50: sono stati fatti molti passi avanti e la presenza femminile nel terziario è aumentata notevolmente. *“Certo, diversi problemi, come quelli di conciliare lavoro e famiglia, pesano ancora molto, soprattutto sulle donne. Spero che la Finanziaria ci lasci qualche soldo per iniziative di sostegno all’imprenditoria femminile”.*

L’assessore della Provincia di Milano, Arianna Censi, ha evidenziato la scarsità di donne nei posti chiave della politica e delle amministrazioni, a 60 anni dal primo voto femminile in Italia. *“Le donne, in Europa, sono più preparate degli uomini, si laureano meglio, frequentano master e dottorati con più successo, ma i loro salari restano inferiori. Le istituzioni devono individuare strategie adeguate per risolvere questi problemi, perché le donne rappresentano l’innovazione e la creatività e possono favorire, meglio degli uomini, le spinte europee verso lo sviluppo e la*

competitività internazionale”.

A snocciolare dati certi a supporto di quanto affermato un po' da tutti sulla "superiorità" femminile nell'imprenditoria e in molti altri campi, ci ha pensato la professoressa Francesca Zaiczcyk, docente di sociologia all'Università milanese della Bicocca.

Le donne, in tutti i Paesi del mondo, sono sempre più scolarizzate, più brave, più veloci. Eppure, la loro posizione economica e sociale è di gran lunga inferiore a quella degli uomini.

I RICONOSCIMENTI ALLE IMPRENDITRICI D'EUROPA E D'ITALIA

Esauriti gli interventi, via alle premiazioni. I riconoscimenti europei "Donna Terziario" sono andati alla francese Nicole Barbin, alla spagnola Maria Luisa Medina Fernandez, alla tedesca Liselotte Schmidt e alla lombarda Maria Daniela Maroni.

Menzioni speciali del Gruppo Terziario Donna a Gabriella Gusella, Gianna Martinengo, Vincenza Bonacina e alla libanese Mona Mohanna, che ha ringraziato Milano a nome delle donne e dei bambini di Beiruth assistiti e curati dalle nostre istituzioni e dai nostri ospedali.

I riconoscimenti alle rappresentanti selezionate dell'imprenditoria milanese:

Elisa Bonelli, articoli sportivi, Meda; Dora Russo, erboristeria, Magenta; Maria Grazia Saggia, panificazione, Rozzano; Ivana Tavecchio, Gorgonzola, articoli casalinghi; Carla Agostani, interpretariato; Anna Arrigoni, ristorazione, Milano; Daniela Balzaretti, antiquariato, Milano; Maria Carmela Battinelli, dettaglio alimentare, Milano; Anna Maria Colleoni, commercio estero, Milano; Anna Conrad, colorificio; Carla Costa, casalinghi-ferramenta; Mariangela D'Agostino, pellicceria; Sonia Orsi, panificazione; Gabriella Platè, tintoria; Valeria Severini, servizi informatici; Rosa Turi, commercio estero. Tutte di Milano.

Ha concluso la piacevolissima giornata dedicata alle donne imprenditrici la presidentessa napoletana (o meglio: svizzera/napoletana, come la definiscono nella sua città per le abitudini e il dinamismo professionali) di Terziario Donna, Marilù Galdieri.

"L'imprenditoria non è né rosa né azzurra. Qualche volta è ..in rosso."

E' stato questo il sorridente arrivederci della Galdieri alle imprenditrici del Nord.



Fiere Convegni Manifestazioni

DAL 14 AL 17 APRILE 2007 “CIBUS “ SBARCA A ROMA

La nuova Fiera di Roma ospiterà nel 2007, dal 14 al 17 Aprile, una rassegna interamente dedicata ai prodotti dell'industria alimentare italiana e rivolta a un pubblico professionale qualificato, anche se i privati consumatori saranno ammessi il sabato e la domenica per le degustazioni di rito e tanto apprezzate.

La manifestazione si alternerà con cadenza biennale a CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione che da 25 anni si tiene a Parma negli anni pari, e si affiancherà a manifestazioni destinate a portare i sapori del made in Italy alla conquista del mondo, come “Vinitaly e Cibus in China”, previsto per il prossimo 23/26 Novembre a Shanghai.

Grazie all'accordo stipulato con la società fieristica di Roma, Federalimentare (17 associazioni di categoria per 6.700 imprese e un fatturato annuo di 107 miliardi di euro) e Fiere di Parma Spa avranno a disposizione uno spazio espositivo di oltre 100.000 mq per promuovere l'agroalimentare in Italia e organizzare una serie di manifestazioni collaterali, come la II Convention degli Importatori.

www.federalimentare.it – cibus@fiereparma.it

PREMIATE LE VINCITRICI DEL PRIMO CAMPIONATO ITALIANO BIRRE ARTIGIANALI . A FIERAMILANOCITY, DOMENICA 22 OTTOBRE, IN OCCASIONE DELLA PRESENTAZIONE DEL SALONE DELLA BIRRA ARTIGIANALE E DI QUALITA'



Un fenomeno sempre più diffuso, di difficile quantificazione, ma denso e persistente, come la schiuma di un buon bicchiere di birra. E' il mondo delle birre artigianali, quelle che saranno protagoniste del Salone della Birra Artigianale e di qualità, dal 23 al 26 Marzo 2007, a FieraMilano-City.

La presentazione di questo nuovo Salone, ispirato dall'esigenza di valorizzare un prodotto di eccellenza, di cui i produttori italiani sono grandi interpreti, ha avuto luogo domenica 22 Ottobre, in concomitanza con le premiazioni delle vincitrici del I Campionato Italiano delle Birre Artigianali, organizzato dall'Associazione Degustatori Birra in collaborazione con Rassegna SpA, società di FieraMilano.

Il Campionato, ha spiegato il presidente dell'Associazione Degustatori Birra, Paolo Polli, vuole porsi come un “misuratore” della qualità birraria italiana e come garanzia dell'eccellenza dei prodotti che al Salone, nel marzo 2007, verranno offerti al pubblico.

“Le birre in gara” – ha detto il presidente Polli, organizzatore del Campionato e del Concorso “provengono da tutta Italia. La birra artigianale va ricoprendo lo stesso ruolo che da sempre è riconosciuto al vino. Anche le modalità di degustazione sono simili, come simili sono gli abbinamenti”.

menti delle birre con le pietanze più adatte ai vari tipi. Il Campionato, quest'anno al suo esordio, permette ai produttori delle birre artigianali di veder riconosciuta ufficialmente la loro qualità".

Il Campionato si è svolto a porte chiuse, con una degustazione "alla cieca" delle birre concorrenti, divise in 9 classi, per assicurare la totale trasparenza e imparzialità del giudizio tecnico degli assaggiatori-giudici.

Alle premiazioni, domenica 22 ottobre, i veri amatori della birra artigianale hanno avuto una buona occasione per godere pienamente il gusto della vera qualità birraria, in attesa delle degustazioni più complete che seguiranno, in marzo, al Salone della Birra Artigianale.

(Per saperne di più: campionato@degustatoribirra.it)

LA 5° CNA, CONFERENZA NAZIONALE SUGLI ALIMENTI, A MILANO **ALL' INSEGNA DELLA SICUREZZA E DELLA RICERCA**

Relazione di Simonpaolo Buongiardino sull'impegno della distribuzione in tema di sicurezza e di qualità e sugli aspetti gestionali ed economici.

Si è tenuta nell'Aula Magna della Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Milano, il 19 e 20 ottobre scorsi, la 5° Conferenza Nazionale sugli Alimenti, con il patrocinio dell'Unione Commercio Turismo Servizi e Professioni della Provincia di Milano.

Questa quinta edizione dell'importante manifestazione, dedicata alla sicurezza alimentare e al controllo di qualità, ha fatto seguito alle precedenti di Salsomaggiore (1984), Pavia (1986), Lugano (1988) e Cernobbio (1991), con l'intento, perfettamente riuscito, di reiterarne il successo attraverso la interdisciplinarietà dei temi affrontati.

La Conferenza milanese ha ospitato, non solo voci qualificate e selezionate di esperti delle problematiche della sicurezza alimentare e del controllo di qualità, ma anche esperti della gestione delle imprese industriali e distributrici dei settori alimentari e correlati: aromi, fragranze, cosmetici, detergenti.

Finalità prioritaria del convegno, quella di raccogliere dati in grado di prevedere lo sviluppo di possibili future linee di ricerca applicata, che possano essere sostenute dalle istituzioni di ricerca e dalle industrie. Finalità essenziale in questo momento particolare della situazione economica nazionale, in cui, come non mai, si richiede che l'investimento sia giustificato da razionali valutazioni di ritorno economico e sociale.

"A fronte di un importante incremento delle potenzialità dei settori della ricerca tecnologica e analitica " – ha detto il presidente e moderatore della Conferenza, Giuseppe Salvatore, dirigente di ricerca ISS – "si assiste oggi ad una altrettanto forte necessità di finalizzazione della ricerca stessa e ad una generale giustificata tendenza a razionalizzare l'investimento, anche in settori che possono considerarsi paralleli a quello alimentare".

Uno dei più attuali denominatori d'interesse, con ricaduta immediata sul consumatore, e quindi sulla risposta in termini economici, tra l'altro, è proprio quella della sempre maggiore opportunità di rispondere a richieste di "sicurezza" nei consumi. A tal fine, sono state discusse problematiche di attualità, perseguendo sia il fine del rischio dimensionato, sia quello della gestione del rischio stesso da parte dell'industria, attraverso l'investimento ricerca.

Nel corso della prima giornata di lavori, giovedì 19 ottobre, dedicata agli aspetti programmatici, economici e legislativi, alle relazioni “scientifiche” di **Fernando Tateo**, Ordinario di scienze e tecnologie alimentari (“La sicurezza come risultato di cultura e prevenzione, non come dubbia conseguenza di rispetto dei codici e timore di sanzioni”) e di **Tommaso Maggiore**, Ordinario di Agronomia (“Rapporti fra ricerca istituzionale e industrie agro-alimentari e correlate: problematiche attuali e prospettive future”), sono seguite quelle più pratiche di **Giorgio Dal Prato**, direttore generale Deco Industrie (“L’innovazione di processo e di prodotto nelle industrie agroalimentari e correlate: condizioni per una utile interazione con le istituzioni di ricerca applicata”) e di **Simonpaolo Buongiardino**, presidente del Comitato Ingresso Agroalimentare dell’Unione Commercio TSP, che ha trattato “Gli aspetti gestionali ed economici per l’impegno della distribuzione in tema di sicurezza e qualità”.

Di queste relazioni, in particolare, ma anche delle altre più significative, nonché dei risultati della Tavola Rotonda sul tema dei “sistemi di informazione e necessità di nuovi mezzi di aggiornamento in materia di sicurezza in alimenti, fragranze, packaging”, forniremo maggiori dettagli sul prossimo numero della Gazzetta.



(IN) SICUREZZA ALIMENTARE

BUFALE DOPATE NEL CASERTANO PER AVERE PIU' MOZZARELLE

I carabinieri dei Nas hanno scoperto a Caserta un giro di medicinali illeciti, anabolizzanti pericolosi per la salute umana, usati sulle bufale, senza controllo veterinario, per aumentarne la produzione di latte destinato alle pregiate mozzarelle.

I farmaci venivano importati dall'estero, molto probabilmente col beneplacito interessato della camorra, da una associazione criminale di grossisti, veterinari e imprenditori agricoli. I Nas hanno sequestrato, in 9 allevamenti di bufale, 2.000 confezioni di farmaci, alcuni dei quali a base di somatotropina, il cui impiego è vietato. L'associazione nazionale allevatori di specie bufaline parla di "casi limitati", che non inficiano la sostanziale qualità delle produzioni lattiero-casearie della Campania.

I carabinieri dei Nas che hanno posto fine a quello che viene definito, anche all'estero, purtroppo, lo "scandalo delle mozzarelle di bufala", sono gli stessi benemeriti che nel febbraio scorso avevano denunciato 25 persone appartenenti a una associazione criminale, che drogava con sostanze proibite i cavalli purosangue, per alterare i risultati delle corse ippiche e favorire scommettitori disonesti. (Ansa)



QUOTE LATTE: L'ITALIA SFONDA IL TETTO DI PRODUZIONE 2005/06

L'Unione Europea ha multato l'Italia con una sanzione di 189 milioni di euro per aver superato anche nel 2005 e 2006 il tetto di produzione assegnatole per le quote latte.



DAI DISTRIBUTORI AUTOMATICI MENO MERENDINE E BEVANDE IPERCALORICHE E PIU' FRUTTA E VERDURE FRESCHE.

Confida, l'associazione nazionale della distribuzione automatica aderente all'Area Servizi di Confcommercio, ha invitato gli oltre 800.000 associati a modificare parte delle macchinette automatiche per favorire l'erogazione di frutta e verdure fresche, in luogo dei dolcetti, cioccolate, merendine e bevande superdolcificate.

Dal momento che i bambini, come gli adulti, mangiano sempre più spesso fuori casa, anche le macchinette possono contribuire alla diffusione di informazioni alimentari corrette e di prodotti meno calorici e più sani.



ALLARME OBESITA' GIOVANILE, COLDIRETTI PROPONE VERDURA.

In occasione dell'Obesity Day, il 7 ottobre scorso, è stato lanciato l'ennesimo allarme sulla diffusione del "sovrappeso" giovanile, che mette in pericolo, con le malattie conseguenti, il primato italiano di longevità, con la più alta aspettativa di vita, in Europa, dopo i 65 anni. Primato raggiunto dall'Italia grazie alla dieta mediterranea, sottolinea la Coldiretti, che prevede pane, pasta, olio d'oliva, frutta, verdura e cereali.

Nell'Unione Europea ci sono più di 14.000.000 di giovani considerati sovrappeso, tre milioni dei quali obesi. Giustificato, quindi, l'allarme sociale, ma anche quello economico. Secondo il Congresso Nazionale di Chirurgia dell'Obesità, in Italia le spese mediche per curare i 5 milioni di obesi ammontano a 23 miliardi di euro all'anno. Per questo occorre intervenire nelle case, nelle scuole e nelle mense con una maggiore attenzione ai menu, garantendo la presenza di cibi sani come i piatti tradizionali italiani, le verdure e la frutta, che spesso purtroppo, lamenta anche la Coldiretti, mancano dalle tavole delle giovani generazioni.

Obiettivo raggiungibile anche con l'aiuto dei nuovi distributori automatici di snack.