



agenzia stampa elettronica agroalimentare (c.a.s.e.a.)

SOMMARIO

Anno 15 - n° 47 27 novembre 2016

1.1 EDITORIALE

Gli occhi puntati sul nostro Referendum

2.1 LATTIERO CASEARIO

Grana e Parmigiano. Trend in crescita.

3.1 CONSUMI

Mutti annuncia l'ingresso di Verlinvest nel capitale dell'Azienda

3.2 VINO

Degustando enologica

4.1 CEREALI

Cereali e dintorni. Prezzi condizionati dal cambio valutario

5.1 CEREALI

Cereali e dintorni. Prezzi tendenzialmente in salita

6.1 VINO

Enologica 2016: positivo il bilancio

7.1 ORTOFRUTTA

Export, per l'ortofrutta il mercato europeo si è fatto stretto.

8.1 PARMIGIANO REGGIANO IDENTITY

Parmigiano Reggiano Identity. Caseifici e ristoratori a confronto

9.1 PROMOZIONI

"vino" e partners

9.2 PROMOZIONI

"birra" e partners

Editoriale

Gli occhi puntati sul nostro Referendum

La sfida referendaria si fa sempre più aspra. I toni si alzano e sempre più, con loro, il tasso di insulti più o meno velati.

di **Lamberto Colla** Parma 20 novembre 2016

Lo scontro tra i sostenitori del SI e quelli favorevoli al NO è duro, quasi violento, sempre meno tecnico e sempre più politico.

Il confronto tra i rappresentanti dei due schieramenti, promosso dalle molteplici "tribune politiche" televisive, piuttosto che dalle colonne dei giornali, propone agli elettori uno scontro politico invece di una reale discussione a sostegno delle ragioni del cambiamento piuttosto che del mantenimento.

E pensare che, se ben 47 articoli della Carta Costituzionale sono stati intaccati dalla proposta referendaria, molte sarebbero le argomentazioni da esporre alla pubblica conoscenza.

E pensare che, se ben 47 articoli della Carta Costituzionale sono stati intaccati dalla proposta referendaria, molte sarebbero le argomentazioni da esporre alla pubblica conoscenza.

Invece, gli argomenti più dibattuti restano sempre i soliti tre o quattro: il **risparmio** economico con chi sostiene che i 50 milioni sono una bazzecola rispetto al "costo" che si pagherà in termini di libertà in conseguenza dello stravolgimento dell'impianto costituzionale; l'**alienazione** del CNEL (probabilmente un Ente sconosciuta sino a oggi dalla gran parte della popolazione) e al recupero dei suoi costi (tra 9 e 12 milioni anno. In 70 anni è costato 1 miliardo di euro), la **riduzione dei parlamentari** e il **depotenziamento** del Senato.

In questo scenario di



"informazione deficitaria in contenuti" e di scontro politico di bassissimo profilo (da "Mandiamo a Casa "Renzi" a "Se vince il NO rimane tutto come prima e le riforme resteranno ferme ancora per altri 70 anni" oppure "Meglio così piuttosto che lasciare tutto come era", come per dire "E' buono solo perché si fa qualcosa" ci si mettono di mezzo i giornali Finanziari di mezzo mendo a creare confusione e generare le solite paure agli elettori nostrani.

L'ultimo spauracchio arriva dall'autorevole giornale economico britannico "**The Economist**" che ci spiega perché bisognerebbe votare NO. In breve sintesi, secondo l'editorialista inglese, "la modifica costituzionale proposta dal Signor Renzi non riesce ad affrontare il problema principale, che è la mancanza di volontà di affrontare le riforme dell'Italia. E i benefici secondari sono controbilanciati dagli svantaggi" Il rischio - prosegue l'articolo - è che, "nel tentativo di fermare l'instabilità che ha dato all'Italia 65 governi dal 1945 venga eletto un uomo forte. Questo nel Paese ha già prodotto **Benito Mussolini** e **Silvio Berlusconi** ed è preoccupante la vulnerabilità al populismo".

Sarei curioso di capire come può essere venuto in mente, a una persona intellettualmente onesta, di affiancare Berlusconi a Mussolini. E comunque, in terra nostrana, non ho sentito alcuno gridare allo scandalo come quando Berlusconi etichettò **Martin Shultz** con l'appellativo di "kapò".

Un bel "Ma VAFFA" ci starebbe bene.

LATTIERO CASEARIO

Grana e Parmigiano. Trend in crescita.

Una settimana contraddistinta da un nuovo balzo in avanti del Grana Padano e del Parmigiano Reggiano. Burro in fase stazionaria mentre la panna resta col segno positivo.

(Virgilio - CLAL)



Lattiero Caseario

Grana e Parmigiano. Trend in crescita.

Una settimana contraddistinta da un nuovo balzo in avanti del Grana Padano e del Parmigiano Reggiano. Burro in fase stazionaria mentre la panna resta col segno positivo.

di Virgilio Parma 23 novembre 2016

MARGARINA ottobre: 1,0 -1,06€/kg (=)

Borsa Verona 21 novembre (+):

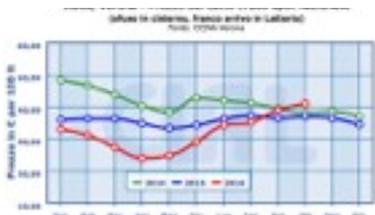
PANNA CENTRIFUGA A USO ALIMENTARE: 2,40-2,45 €/Kg. (+)

Borsa di Parma 18 novembre 2016: (=)

BURRO ZANGOLATO: 2,60€/Kg.

Borsa di Reggio Emilia 22 novembre 2016 (=)

BURRO ZANGOLATO: 2,60 - 2,60 €/kg.



aggiorna a 46,40€/100 litri di latte (+1,10€). Invariati i listini esteri.

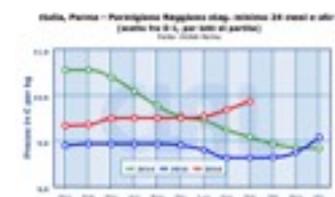
LATTE SPOT La 47esima settimana si è aperta con un leggero rimbalzo del latte crudo spot nazionale che a Verona mantiene inalterato il prezzo minimo (44,33/100 litri latte) mentre la quotazione massima si

GRANA PADANO Sembra che il Grana Padano abbia ripreso a salire. Altri 5 centesimi guadagnati dai listini milanesi. In particolare il Grana Padano di 9 mesi quotato a Milano si è collocato tra 6,70 e 6,80 €/kg. Tra 7,50 e 8,10€/kg, il range di prezzo all'ingrosso per il 15 mesi di stagionatura.



BURRO E PANNA Terza settimana di stop per i listini del burro. In crescita invece sia la crema sia la panna a uso alimentare quotate rispettivamente alla borsa merci di Milano e di Verona.

P A R M I G I A N O R E G G I A N O Inarrestabile la crescita del Parmigiano Reggiano. Anche la 46esima settimana si conclusa con un ulteriore salto di 10 centesimi sul prezzo all'ingrosso. Il 12 mesi di stagionatura quotato alla borsa comprensoriale di Parma è stato quotato tra 8,85 e 9,35€/kg, e il 24 mesi tra 10,20 e 10,65€/kg.



Borsa di Milano 21 novembre: (=)

BURRO CEE: 4,15€/Kg

BURRO CENTRIFUGA: 4,30€/Kg.

BURRO PASTORIZZATO: 3,20€/Kg.

BURRO ZANGOLATO: 3,00€/Kg.

CREMA A USO ALIMENTARE (40%mg): 2,44€/Kg. (+)



Mutti annuncia l'ingresso di Verlinvest nel capitale dell'Azienda

Parma – Mutti, leader italiano nella lavorazione del pomodoro con una quota di mercato di circa il 31%, annuncia l'ingresso di **Verlinvest**, investitore internazionale nel settore del largo consumo, nel capitale dell'azienda con una partecipazione del 24,5%.

L'Azienda negli ultimi anni ha registrato una forte crescita nei mercati internazionali, generando circa il 30% del fatturato all'estero e può vantare oggi una posizione da leader in diversi Paesi, fra cui Francia, Scandinavia e Australia. **Mutti** investirà nel rafforzamento del **team internazionale** e della brand awareness, nello **sviluppo di nuovi prodotti** a base di pomodoro e nell'incremento della capacità produttiva in Italia.

Verlinvest, grazie al suo network globale e alla consolidata esperienza nel settore dei beni al consumo in Europa, USA e Asia, potrà fungere da catalizzatore dell'espansione del brand **Mutti**. Entrambi i partner si impegneranno per introdurre innovazioni nella categoria fortemente standardizzata delle conserve di pomodoro, facendo leva sui valori chiave di **Mutti**: qualità, gusto e tradizione italiana.

Con il contributo dell'expertise di Verlinvest, **Mutti** mira a tutelare e a sviluppare la distintiva cultura

#enologica #vino

Degustando enologica

Appena conclusa l'edizione di Enologica per il 2016 e si contano le presenze che sono state 5.000 e dove grazie al lavoro di ENOTECA REGIONALE EMILIA ROMAGNA e delle Cantine presenti, si è potuto mostrare all'Italia tutta la grande qualità di Regione Emilia Romagna.

Di L'Equilibrata Bologna, 21 Novembre 2016 - Il mio tour parte e tocca diversi produttori, sono mosso da curiosità e conoscenza delle zone e dal packaging inconfondibile di alcuni di loro che uniscono qualità a leve di marketing che ad oggi sono fondamentali per la buona riuscita di una bella bottiglia.

Degno di nota ma ci ha abituato ormai è Cantina Merlotta con il suo Albana 2015 Fondatori, che si è distinto per equilibrio, persistenza e coerenza fra profumi al naso e gusto, cosa fondamentale per questi bianchi di struttura che devono confermare sempre quanto di bello fanno vedere e quanto di buono possono offrire al palato. Proseguo il mio viaggio sui bianchi e mi butto a capo fitto su Monticino Rosso perchè Codronchio va fatto sentire anche ai miei ospiti di Roma che non possono trovare una cosa simile nella Capitale.

Le sopracciglia si inarcano per lo stupore, gli sguardi si fanno complici e il gusto ha già decretato che



legata al territorio di Parma, espandendosi sui mercati internazionali.

"Ammiriamo i successi di Mutti, la sua lunga tradizione e le competenze nel settore dei prodotti a base di pomodoro" - ha commentato **Frédéric de Mévius**, Presidente del Consiglio di Amministrazione di Verlinvest. "Siamo davvero entusiasti di collaborare con Francesco Mutti, per trasformare l'Azienda in un leader globale nel settore della lavorazione del pomodoro".

"Il nostro obiettivo a lungo termine è realizzare a livello internazionale ciò che siamo riusciti a costruire con successo in Italia: leadership del brand, riconoscimento della qualità e innovazione. In Verlinvest abbiamo trovato un partner che condivide i nostri valori e la nostra ambizione globale. Insieme, forniremo i migliori pomodori italiani ai consumatori di tutto il mondo". - ha dichiarato **Francesco Mutti**, Amministratore Delegato di Mutti SpA.



fra le annate in degustazione, la 2014 e la 2013 è soprattutto la 2010 a dimostrarsi l'annata migliore delle tre tanto da valorizzare al meglio questo Albana forgiato da vendemmia tardiva e sapiente gestione della bottritis che regala equilibrio senza pari e sentori di nespole, mandorle, nocciole e arancie candite che si trovano al palato in modo strutturato e avvolgente con un finale lineare ed elegante mai esagerato.

Tocco di sfuggita la cantina Quinto Passo forse perchè voglio godere ancora del sentore amandorlato, della sua struttura e del ricco bouquet che mi regala questo metodo classico e quindi decido di degustare il Rosè cento per cento Sorbara che trovo bello persistente in bocca e avvolgente come speravo ma mi faccio coccolare ancora dalla Cuvee paradiso perchè la sua fragranza di frutto croccante mi mancava ed ora posso proseguire con il sorriso. Tanto dove andrò ora il sorriso non serve perchè già Lui mi accoglie con la bocca spalancata di gusto e contentezza perchè sa di avere un grande prodotto e di non temere niente...parliamo di Podere Morini e dei magnifici Augusto e Nonno Rico

VERLINVEST

Attiva dal 1995, Verlinvest è una holding di investimento privata con uffici a Bruxelles, New York e Singapore. La società si concentra sulle opportunità di crescita nell'area dei beni al consumo. La mission di Verlinvest è permettere ai leader commerciali di diventare brand globali. Verlinvest si pone come partner a lungo termine con un approccio collaborativo, per supportare gli imprenditori nell'accelerazione della crescita nei canali di distribuzione e nelle aree geografiche.

Attualmente, Verlinvest gestisce globalmente asset per oltre €1,5 miliardi, principalmente nei settori F&B, retail, alberghiero, e-commerce e marketing digitale.

MUTTI SpA

Mutti è il brand leader in Italia nella lavorazione del pomodoro, con una quota di mercato del 31%, realizzando polpa di pomodoro, passata e concentrato. Fondata nel 1889 da Marcellino Mutti, l'azienda è ancora oggi a conduzione familiare sotto la guida di Francesco Mutti. Grazie a lui, l'azienda ha fortemente incrementato il fatturato, passando da 10 a 250 milioni di euro, di cui il 30% è composto dalle vendite internazionali. Il brand Mutti rappresenta valori come: esclusività, qualità e gusto superiori, genuinità, tradizione di lunga data e attenzione ai coltivatori.

(Parma, 18 novembre 2016)

Sangiovese di Romagna. L'Augusto viene prodotto da uve autoctone Longanesi, vitigno presente solo nel vicinato tanto da poter essere paragonato ad un cru per la sua limitata produzione e con una qualità eccellente, grande corpo e profumo, vino da accompagnare a carni della zona e succulente preparazioni che lo portano a livello di eccellenza su molte guide internazionali. Nonno rico è il sangiovese che avevo in mente quando vedevo da bambino queste terre di sole e gente per bene, infatti è genuino e ricco, persistente ma ruvido ma non rufiano, sincero e centrale in bocca, profondo e dal profumo di fiori e frutta che restano in vivi a lungo.

Lascio che il labbro si distenda dopo averlo tenuto all'insù pensando alla qualità di questo prodotto e mi faccio largo per vedere qualcosa di nuovo e decido che sia ora di degustare una cantina che mi incuriosisce. Tenuta Saiano e fra le tante cose che sento mi colpiscono molto il Saiano Rubicone igt per la sua eleganza e pulizia in bocca. Qui non c'è più il bonario sorriso romagnolo ma c'è uno stile elegante e molto fine, dal tannino integrato nel vino con un frutto ben calibrato in bocca ed una alcolicità adeguata alla sua vivida persistenza. Questo vino presenta la sua voglia di essere diverso da solito e porta con se uno stile d'oltralpe quasi da farlo sembrare un cugino in visita in Romagna. Pensando di avere capito l'impostazione della cantina, ne sono poi del tutto convinto quando sento l'ultimo prodotto di giornata, ovvero il loro Vermouth che sia nella versione Clementino che Demos esibisce tutta la forza dell'infusione di aromi e di sapori che ritornano con gradevole grazia e presenza e si ritrovano



MERCATO CEREALI

Cereali e dintorni. Prezzi condizionati dal cambio valutario

Il mercato non mostra ancora segni di una tendenza certa e il rafforzamento del Dollaro sull'Euro spinge in alto i prezzi delle merci importate.

Mario Boggini - Officina Commerciale



Mercati internazionali

Cereali e dintorni. Prezzi condizionati dal cambio valutario

Il mercato non mostra ancora segni di una tendenza certa e il rafforzamento del Dollaro sull'Euro spinge in alto i prezzi delle merci.

di Mario Boggini e Virgilio - Milano, 21 novembre 2016

Venerdì scorso la farina di soya registrava: 350/359 euro partenza sino a dicembre, 354/363 euro da gennaio a dicembre 2017, 353/362 euro sui primi sei mesi del 2018. Molto probabilmente da oggi verranno registrati altri incrementi.

Difficile ipotizzare la farina di soya resa in azienda sotto i 350 euro arrivo, più facile immaginare la comparsa del 4 come prima cifra. Comunque è ben difficile fare delle previsioni considerando anche le incertezze delle produzioni sud americane e ai risvolti che potrebbero delinearci con la nuova presidenza statunitense (dazi e politiche valutarie). Situazione leggermente diversa per i cereali dove molti giochi sono ancora da fare.

In generale, il mercato sarebbe sufficientemente stabile, l'unica variabile sta nel cambio valutario Euro Dollaro.

Tra l'altro, a livello mondiale, sembrerebbero non esserci particolari problemi per semine, raccolti stock, ma anche i consumi tengono e perciò sono ridotti i margini disponibile per operazioni di ribasso.

Nulla di nuovo da segnalare riguardo al **mercato domestico**. Crusche in aumento, grano in rincaro, mais in tenuta, orzo fermo, cereali minori poco liquidi, proteici in rialzo. Prosegue il periodo di crisi sulla logistica.

Il mercato delle **bioenergie** è attivo alla ricerca di basi differenti dal mais, ma in crisi nel trovare soluzioni economicamente valide e procrastinabili nel tempo.

Indicatori internazionali 21 novembre 2016

L'Indice dei **noli** subito un nuovo sensibile rialzo sino a 1.1257 punti, il **petrolio** ruota ancora attorno 46\$ e l'indice di **cambio** segna il rafforzamento del dollaro 1,060270.

Indicatori del 21 novembre 2016		
Noli*	€/€	Petrolio WTI
1.1257	1,060270	46,0 \$/bar

(*) Noli - L'indicatore dei "noli" è un indice dell'andamento dei costi del trasporto marittimo e dei noli delle principali categorie di navi dry bulk cargo, cioè quelle che trasportano rinfuse secche. Il BDI può anche costituire un indicatore del livello di domanda e offerta delle rinfuse secche.

Mario Boggini - esperto di mercati cerealicoli nazionali e internazionali - (per contatti +39 338 6067872) - Valori indicativi senza impegno, soggetti a variazioni improvvise. Questa informativa non costituisce servizio di consulenza finanziaria ed espone soltanto indicazioni-informazioni per aiutare le scelte del lettore, pertanto qualsiasi conseguenza sull'operatività basata su queste informative ricadono sul lettore.

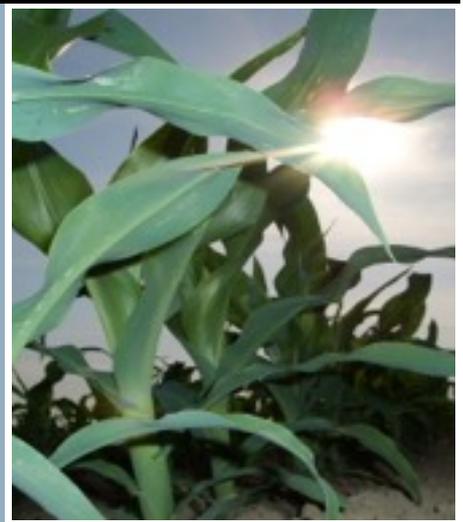




MERCATO CEREALI

Cereali e dintorni. Prezzi tendenzialmente in salita

Prezzi tendenzialmente in salita. Il dollaro si rafforza e ci si avvicina alla stagione critica dei trasporti. Settimana statunitense più corta per la Festa del Ringraziamento e l'avvio delle "spese natalizie, Black Friday.



Mercati internazionali

Cereali e dintorni. Prezzi tendenzialmente in salita

Prezzi tendenzialmente in salita. Il dollaro si rafforza e ci si avvicina alla stagione critica dei trasporti. Settimana statunitense più corta per la Festa del Ringraziamento e l'avvio delle "spese natalizie, Black Friday.

di Mario Boggini e Virgilio - Milano, 25 novembre 2016

Il mercato da giorni tende alla salita, i motivi sono diversi: dagli acquisti della Cina, spinta dai timori della svalutazione della loro moneta qualora la nuova presidenza Usa dovesse imporre dazi alle merci, al fatto che l'Agenzia Goldman & Sachs ha pronosticato una fase di rialzo delle materie prime, e che i consumi e le esportazioni tengono. Infine sussistono varie turbolenze monetarie e fiscali in essere in sud America dove in un prossimo futuro - gli analisti stimano luglio 2017 - l'areale a soya potrebbe ridursi a favore di altre coltivazioni.

Da ultimo, nella serata di mercoledì, l'ente Usa che regola le produzioni di gasolio ed etanolo da fonti rinnovabili ha aumentato il tetto della possibile produzione, dando così "fuoco" al mercato dell'olio e spingendo quello del seme.

Una settimana più corta negli USA per la festa del Ringraziamento e perciò solo lunedì si potrà valutare la reale portata dei prezzi della farina di soia e del seme.

Nulla di nuovo da segnalare nel **mercato domestico**. Crusche ancora in aumento, grano in rincaro con spiccata tendenza a crescere ancora. Mais ancora forte, i contratti sul gennaio-marzo 2017 quotavano, mercoledì scorso, 185 euro arrivo Brescia e il gennaio-giugno 2017 a 188, la merce sui porti quotava circa a 180 euro. Quotazioni stazionarie per l'orzo seppure cominci a risentire degli effetti rialzisti. In generale i proteici registrano una tendenza al rialzo, mentre continua la crisi logistica sulla merci dall'estero, peraltro peggiorata da un clima di sfiducia degli esportatori esteri verso la penisola.

Attenzione infine all'entrante mese di dicembre che, storicamente, per la **logistica** ricalca le problematiche di agosto con pochi camion disponibili e prezzi dei trasporti che si surriscaldano.

Il mercato delle **bioenergie** attivo alla ricerca di basi differenti dal mais, ma in crisi nel trovare soluzioni economicamente valide e reiterabili nel tempo.

Nel complesso gli scenari attuali sono difficilmente interpretabili.

Indicatori internazionali 24 novembre 2016

L'Indice dei **noli** subito un nuovo sensibile rialzo sino a 1.224 punti, il **petrolio** ruota ancora attorno 48\$ e l'indice di **cambio** segna il rafforzamento del dollaro 1,05449.

Indicatori del 24 novembre 2016		
Noli*	€/€	Petrolio WTI
1.224	1,05449	48,0 \$/bar

(*) Noli - L'indicatore dei "noli" è un indice dell'andamento dei costi del trasporto marittimo e dei noli delle principali categorie di navi dry bulk cargo, cioè quelle che trasportano rinfuse secche. Il BDI può anche costituire un indicatore del livello di domanda e offerta delle rinfuse secche.

Mario Boggini - esperto di mercati cerealicoli nazionali e internazionali - (per contatti +39 338 6067872) - Valori indicativi senza impegno, soggetti a variazioni improvvise. Questa informativa non costituisce servizio di consulenza finanziaria ed espone soltanto indicazioni-informazioni per aiutare le scelte del lettore, pertanto qualsiasi conseguenza sull'operatività basata su queste informative ricadono sul lettore.



Enologica 2016: positivo il bilancio

Molto apprezzati i vini delle 8 aziende reggiane che hanno parteciperanno all'evento

Si è appena conclusa a Bologna l'edizione 2016 di "Enologica". Un'edizione che, sotto la guida per il terzo anno consecutivo di Enoteca Regionale Emilia Romagna, ha confermato il grande interesse da parte di pubblico, operatori e giornalisti. Circa 5.000 le presenze complessive nell'arco delle tre giornate di svolgimento del Salone all'interno di Palazzo Re Enzo (19, 20, 21 novembre), tra visitatori, operatori del settore Ho.Re.Ca. (soprattutto nella giornata del lunedì, a loro dedicata), giornalisti nazionali e regionali accreditati (oltre 130) e internazionali (20). Molto frequentati anche gli incontri del "Teatro dei Cuochi", i seminari dedicati ai principali vini della regione, che hanno fatto registrare il costante tutto esaurito, e il ristorante che in questa edizione dell'evento è stato potenziato proponendo anche primi piatti, dai tortellini alle tagliatelle.

Molto apprezzati i vini delle 8 aziende reggiane che hanno parteciperanno all'evento: CANTINA ALBINEA CANALI di Canali, CANTINA SOCIALE DI PUIANELLO E COVIOLO di Puianello, CANTINE LOMBARDINI di Novellara, EMILIA WINE di Arceto di Scandiano, LINI ORESTE E FIGLI di Correggio, MEDICI ERMETE & FIGLI di Gaida, VENTURINI BALDINI di Roncolo di



Quattro Castella, CANTINA SOCIALE di San Martino in Rio.

«Con molta soddisfazione, anche per gli sforzi che abbiamo intrapreso e per le energie che abbiamo profuso perché tutto fosse perfettamente in linea con le aspettative che abbiamo generato negli anni, anche in questo 2016 possiamo confermare che Enologica è la manifestazione di riferimento del settore vitivinicolo regionale sia per pubblico sia per gli operatori - dicono Pierluigi Sciolette e Ambrogio Manzi, rispettivamente Presidente e Direttore di Enoteca Regionale -. Riteniamo che Enologica, grazie anche al prezioso contributo dei Consorzi di Tutela (Consorzio Vini di Romagna, Consorzio Vini Doc Colli Bolognesi e Consorzio Pignoletto Emilia-Romagna, Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena, Consorzio Tutela Lambrusco di Reggio Emilia, Consorzio Tutela Vini Doc Bosco Eliceo, Consorzio Tutela Vini Doc Colli Piacentini) possa contribuire in maniera determinata a sviluppare sempre più il territorio ed essere uno "strumento" per sensibilizzare ulteriormente gli operatori del settore verso la conoscenza e l'utilizzo dei nostri vini, grazie anche a iniziative come "Carta Canta" che fra ristoratori, enotecari, baristi, gestori di hotel e agriturismo ha premiato 35 nuovi "Ambasciatore dei vini dell'Emilia Romagna».

Simona Caselli, Assessore all'agricoltura della Regione Emilia-Romagna: «Enologica ha una connotazione fortemente culturale che come Regione vogliamo continuare a promuovere e valorizzare. C'è un legame vivo fra territorio, produttori di vino e di cibo e ristorazione che qui si incontrano in maniera costruttiva. Serve conoscenza dei passi avanti che il nostro vino ha fatto. Abbiamo ottime produzioni variegata ed eterogenee ed Enologica ne fotografa ogni anno lo stato dell'arte».

Giorgio Melandri, curatore dell'evento: «È una stagione nuova quella dell'Emilia Romagna, che riscopre i valori territoriali del vino e chiude l'epoca del gusto internazionale a tutti i costi. A questo si aggiunge il valore del racconto dell'identità che la piattaforma di contenuti di Enologica mette a disposizione dei giornalisti italiani e stranieri. C'è un senso di comunità in tutto questo, l'idea che piccoli e grandi debbano viaggiare insieme, condividendo i valori profondi di una filiera straordinaria. Noi lavoriamo per questo, per dare al prodotto vino la profondità della nostra cultura, quelli della tradizione popolare (quest'anno con le maschere del Teatro dei Burattini), della lingua, della nostra storia».

Anche a Enologica 2016 è stata promossa la APP "Via Emilia Wine and Food" realizzata dalla Regione Emilia-Romagna, in sinergia con APT Servizi e in stretta collaborazione con Enoteca Regionale.

www.enologica.org Facebook: Enologica con #enologica2016

(Fonte enoteca regionale 22 novembre 2016)



arancio e scorze essiccate, dolci frutti di chinotto, ginger e canditi freschi.

L'evento che da sempre vede Bologna ospitare Enologica e fare da capitale della degustazione Emiliano Romagnola, è stata capace di radunare sotto la guida di

Enoteca Regionale Emilia Romagna, cantine di grande pregio che nei tre giorni di lavori (19, 20, 21 Novembre) hanno portato lustro alla viticoltura emiliano romagnola nella splendida cornice storica di Palazzo Re Enzo proprio a fianco dei recenti restauri del celeberrimo Nettuno nella omonima Piazza.

Pierluigi Sciolette - Presidente ed Ambrogio Manzi - direttore di Enoteca regionale, hanno dimostrato la centralità

di Enologica come punto di riferimento per appassionati ed operatori del settore nell'ambito della enologia regionale e che ha portato valore sia alla manifestazione che al personale intervenuto così numeroso quest'anno. Con essa cambiano anche gli strumento di diffusione nella degustazione e quindi via libera alla nuova

applicazione "Via Emilia wine and food" con la quale si può scoprire l'Emilia Romagna attraverso otto pulsanti di navigazione che guidano l'enogastronauta verso enogastronomia, patrimonio artistico e culturale, territorio, attrazioni ed eventi collegati alle città della Via Emilia.

La mia e la nostra fortuna credo sia sempre il palato, indiscusso ed esigente decisore del gusto e della qualità dei vini tanto da scansare via qualsiasi marchingegno elettronico dando invece spazio alle papille ed alla fine percezione delle persone. La tecnologia resta fondamentale per aiutare e veicolare ma il gusto e la conoscenza restano patrimonio comune e vero elemento di distinzione.

(L'Equilibrista)

Export, per l'ortofrutta il mercato europeo si è fatto stretto.

Nel corso di un seminario sull'export ortofrutticolo svoltosi a Bolzano in occasione di Interpoma, le organizzazioni cooperative di sei Paesi produttori hanno sottoscritto una piattaforma di richieste alla Commissione Europea per ribadire l'importanza del ruolo politico dell'UE per prevenire ingiustificate forme di protezionismo

Bolzano, 25 novembre 2016 – L'export del settore ortofrutticolo è cresciuto del 100% negli ultimi 10 anni, raggiungendo 6 milioni di tonnellate, ma resta ancora troppo legato al mercato interno, ormai saturo, con consumi stabili o in discesa. Si stima, di contro, che il 95% di potenziali nuovi consumatori si trovi al di fuori dei confini dell'UE.

Di qui la necessità per i produttori ortofrutticoli europei di conquistare nuovi mercati di sbocco, necessità resa ancora più impellente dopo il blocco delle esportazioni in Russia (dove si concentrava il 40% di tutte le esportazioni europee). La continua ricerca di nuovi mercati su cui approdare resta tuttavia in alcuni casi difficile.

Sono state queste le tematiche discusse nel corso della tavola rotonda promossa da Assomela e Alleanza delle Cooperative agroalimentari sull'export dei prodotti ortofrutticoli, svoltasi oggi a Bolzano nell'ambito della decima edizione della fiera Interpoma, alla quale hanno preso parte i rappresentanti del mondo cooperativo di Italia, Spagna, Francia, Belgio, Olanda e Polonia.

I produttori ortofrutticoli europei hanno chiesto all'Europa di aiutarli a diversificare ed allargare il portafoglio di possibili destinazioni per i loro prodotti, sostenendo una politica volta ad aprire nuovi mercati di sbocco per le produzioni.

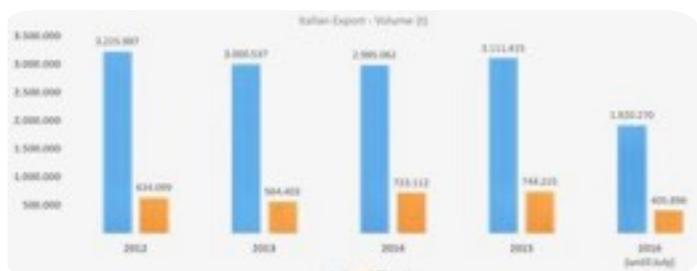
"Sono ancora troppi infatti - ha spiegato il coordinatore del settore ortofrutticolo dell'Alleanza delle Cooperative agroalimentari, **Davide Vernocchi** - i problemi che il settore ortofrutticolo si trova ad affrontare per



ottenere nuovi sbocchi commerciali. Gli operatori europei - ha continuato Vernocchi - fronteggiano quotidianamente una serie di ostacoli, la maggior parte delle volte creati ad hoc dai Paesi importatori, soprattutto in materia fitosanitaria, che richiedono lunghe ed estenuanti trattative. Emblematico il caso delle susine, che per un mero cavillo burocratico creatosi in Brasile relativo alla traduzione della tipologia di prodotto da importare, attualmente non riusciamo più a commercializzare nel Paese".

Se guardiamo alla sola Italia, il 20% della produzione ortofrutticola viene esportata nei Paesi Extra Ue (744.000 tonnellate nel 2015, su un totale di oltre 3 milioni di volumi esportati). Ciò mentre restano attualmente da discutere e definire una quindicina di accordi bilaterali con altrettanti Paesi extra-Ue.

I rappresentanti delle organizzazioni di **Belgio, Francia, Italia, Olanda, Polonia e Spagna** hanno discusso durante il workshop, illustrando diverse casistiche, le difficoltà che si incontrano a trovare nuovi mercati ed hanno dimostrato come il sostegno agli operatori, sia da parte dei singoli Stati che da parte delle autorità europee, resti di fondamentale importanza. È necessario che l'UE, come unica entità, riesca a garantire maggiore reciprocità, impegnandosi a superare la logica secondo la quale gli stati membri "import as one, export as 28". Una maggiore conoscenza e trasparenza sulle condizioni di accesso al mercato



in diversi Paesi e sui protocolli in corso eviterebbe

ingiustificate differenze nelle condizioni di accesso offerte a ciascuno Stato membro per ogni singolo prodotto.

Al termine del confronto, le sigle dei sei Paesi produttori hanno sottoscritto una piattaforma di **richieste alla Commissione Ue** in cui hanno ribadito quanto sia fondamentale il ruolo politico dell'UE per prevenire ingiustificate forme di protezionismo in fase di negoziazione. A Commissione e Parlamento hanno richiesto di rafforzare l'impegno per rendere più accessibili i mercati lontani (lavorando per ridurre la durata dei negoziati e armonizzando i requisiti fitosanitari) e di intensificare anche una politica di promozione e di marca per aumentare l'export e migliorare la competitività di un intero settore che fa della qualità, della salubrità e della sostenibilità del prodotto elementi irrinunciabili.

Il presidente di Assomela, **Ennio Magnani**, dopo aver ricordato come per le mele italiane non sia stata aperta alcuna nuova porta dopo l'embargo in Russia, ha sottolineato "l'impegno crescente di Assomela per arrivare nel più breve tempo possibile ad avere condizioni di accesso a nuovi Paesi in forte crescita, con importanti potenzialità per i produttori europei ed italiani".

Il coordinatore del gruppo S&D della Commissione Agricoltura del Parlamento europeo, **Paolo De Castro**, ha sottolineato come "il Parlamento europeo segua con molta attenzione gli accordi di scambio dell'Ue con i vari Paesi terzi dai quali spera potranno aprirsi nuove opportunità per i produttori europei". Più in generale De Castro, nel suo ruolo di relatore della riforma di metà percorso della Pac, ha auspicato che vengano introdotte novità che rafforzino la competitività del settore ortofrutta.

L'evento ha visto la partecipazione dell'europarlamentare Herbert Dorfmann, di Raimondo Serra, dell'Unità relazioni bilaterali internazionali della DG Agri, di Philippe Appeltans, nuovo presidente del gruppo "Ortofrutticoli" del Copa-Cogeca, di rappresentanti del Ministero delle Politiche Agricole e di quello dello sviluppo economico, nonché di ICE.



#ParmigianoReggiano #eventi
#meglioilmeglio

Parmigiano Reggiano Identity. Caseifici e ristoratori a confronto

Dieci caseifici e tanti operatori specializzati alla scoperta delle diverse tipologie e stagionature del prodotto. L'evento a Milano il 28 novembre all'interno dell'evento di Witaly: Cooking For Art Milano 2016 (Spazio W37).

Reggio Emilia, 25 novembre 2016 – I professionisti della ristorazione incontrano i caseifici del Parmigiano Reggiano per scoprire, insieme, come le diverse tipologie, stagionature e caratteristiche del prodotto possano abbinarsi al meglio a piatti della tradizione e alle più innovative offerte che la ristorazione di qualità può offrire ai consumatori.

E' questo il senso della Parmigiano Reggiano Identity, l'evento che il Consorzio del Parmigiano Reggiano ha organizzato per il 28 novembre a Milano allo Spazio W37 dalle 10,00 alle 18,00 all'interno dell'evento di Witaly: Cooking For Art Milano 2016 (Spazio W37).

Un'iniziativa già realizzata con successo del febbraio scorso, che punta a far sì che i professionisti della ristorazione (cuochi, ristoratori, pizzaioli, enotecari) e della distribuzione di qualità (gastronomie, delicatessen, gourmandises) possano avere incontri diretti con i produttori per conoscere le diverse realtà dei caseifici e, grazie alle previste degustazioni, poter scegliere in modo più consapevole il Parmigiano Reggiano più adatto alle proprie esigenze e a quelle del proprio locale e di ogni specifica attività.

La giornata milanese metterà in contatto 10 caseifici – rappresentativi dei vari territori della zona di origine e delle differenti declinazioni produttive del Parmigiano Reggiano, delle sue biodiversità, delle diverse razze bovine – con decine di utilizzatori qualificati, con i quali potranno essere stabiliti rapporti e collaborazioni commerciali dirette.

"L'iniziativa - spiega il direttore del Consorzio del Parmigiano Reggiano, Riccardo Deserti - si inserisce in un contesto che vede molti caseifici proiettati ad una più incisiva valorizzazione della propria marca aziendale a fianco della



denominazione collettiva e, contestualmente, registra un crescente apprezzamento dei consumatori verso tipologie particolari e distinte quali le produzioni di montagna e collina, di vacche brune, di vacche rosse, di vacche bianche, quelle ottenute secondo le procedure dell'agricoltura biologica o con la certificazione kosher". "Un processo questo della valorizzazione dei caseifici agli occhi dei consumatori – conclude il direttore Deserti – che è iniziato da tempo, che il Consorzio vuole favorire e che ha avuto recentemente un passaggio importante con la pubblicazione della Guida Slow Food ai caseifici del Parmigiano Reggiano".

La Parmigiano Reggiano Identity offre proprio la possibilità di conoscere tutte queste diverse declinazioni e queste particolarità al mondo dei professionisti che utilizza il Parmigiano Reggiano, che possono così scegliere il prodotto più adatto alle esigenze individuali e legarsi ai caseifici anche sulla base del loro patrimonio di tradizioni, localizzazioni e storie.

L'evento è inserito all'interno di "Cooking For Art" (il concorso che premia il miglior chef e pizzaiolo emergente d'Italia) organizzato da Luigi Cremona e Lorenza Vitali (giornalisti) nello stesso luogo dal 26 al 28 novembre (Spazio W37, Via Giacomo Watt



CIBUS

Agenzia Stampa Elettronica Agroalimentare - iscritta al tribunale di Parma al n° 24 il 13 agosto 2002.

cibus@nuovaeditoriale.net

www.cibusonline.net

**SOCIETA' EDITRICE
NUOVA EDITORIALE
Soc. coop. a.r.l.**

Via G. Spadolini, 2 43022 -
Monticelli Terme (Parma)

www.nuovaeditoriale.net

codice fiscale - partita iva
01887110342

iscritta al registro imprese di
Parma 24929

testata editoriale iscritta al
R.O.C. al numero 4843

direttore responsabile
lamberto colla





[Pasta Andalini](#)



Innovazione nella tradizione

[Mulino Alimentare S.p.A.](#)



[Confcooperative Parma](#)

[Power Energia
Società Cooperativa](#)



[ITE
Italian Tourism Expo](#)

#birra #beverage #promozione
MariLu. La birra artigianale
Made in Parma

Nel 1816 Maria Luigia d'Asburgo Lorena arrivò a Parma e nulla fu più come prima dal punto di vista dell'arte, della cultura, del bel vivere e del gusto.

Questa birra morbida, elegante, profumata, prodotta artigianalmente nel cuore della Food Valley con ingredienti di eccellenza è dedicata Lei nelle due versioni **Amber** e **Blonde**



profumata grazie alla miscela moderna di luppoli aromatici.

Non filtrata, non pastorizzata.

Ingredienti: Acqua, malti d'orzo, fiocchi di segale, luppoli, lievito. Alc. 4% - 18 IBU

per eccellenza: morbida e semplice da bere, profumata, dorata, con schiuma finissima e bianchissima, amaro equilibrato e finale secco.

Non filtrata, non pastorizzata.

Ingredienti: Acqua, malti d'orzo, luppoli, lievito. Alc. 5,5% - 24 IBU

Per contatti e informazioni:

FROG.NET

www.frognet.it -

mail: info@frognet.it

tel: 392.9511643



MariLU Amber

è una birra ambrata chiara ad alta fermentazione in stile Pale Ale. Fresca, leggera e amarognola secondo la tradizione inglese. Molto

MariLU Blonde

è una birra chiara in stile Pils a bassa fermentazione, rigorosa ed equilibrata. La birra

#agroalimentare #vino #promozione
Dedicato a palati esperti e sapienti!



- **Brut Metodo Classico "La Rocchetta"**, un "Blanc de Blanc" che non teme confronti per il sapiente uso di **uve nobili**

q u a l i Chardonnay e Pinot Bianco e la

scrupolosa e lunga lavorazione. L'intensità paglierina del colore, reso brillante dalle ricchezza delle bollicine, una spuma intensa e persistente esprimono la raffinatezza di uno spumante che ha ricevuto importanti riconoscimenti ...

Parole, parole, parole ... **meglio degustare** la selezione di [StePa](#) offerta nello [SHOP](#) on line.

Con le **Card fedeltà** [Bronze](#), [Silver](#) e [Gold](#) avrete la possibilità di godere di ulteriori e fantastici sconti

