



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

SOMMARIO

Anno 13 - n° 16 21 Aprile 14

BUONA PASQUA

1.1 EDITORIALE

Buona Pasqua

2.1 AMBIENTE

S.O.S. Bonifica

3.1 CONCORSO ENOLOGICO

Concorso Enologico "Matilde di Canossa"

4.1 EXPO2015

Federalimentare 4 EXPO. L'Industria alimentare italiana a EXPO2015

5.1 CIBUS 2014 5-8 MAGGIO

Cibus 2014, l'industria alimentare si presenta al completo

6.1 LATTIERO CASEARIO

"Mercati deboli. Latte Spot in forte ribasso.

7.1 EXPO2015

EXPO2015, Giovanni Mantovani nominato nel comitato scientifico per il padiglione del vino

8.1 BIOLOGICO

Cresce il Bio. Quali prodotti utilizzare

9.1 GRANA PADANO

Cresce la produzione e l'export sostiene la remunerazione

10.1 CONSUMI

Pasqua, 8 su 10 a casa

Editoriale

Buona Pasqua.

La fioritura nel deserto.

di Lamberto Colla ---

Parma, 20 aprile 2014 -

Il grande messaggio che giunse all'umanità con la Pasqua di risurrezione è che un nuovo inizio c'è sempre.

Non solo un messaggio di speranza alla quale attaccarsi nei momenti di difficoltà ma un modo di pensare il quotidiano per proiettarsi nel futuro.

La Pasqua è quindi un passaggio, "è l'esodo, il passaggio dell'uomo dalla schiavitù del peccato, del male alla libertà dell'amore, del bene", come l'ha ben espresso Papa Francesco nel messaggio a u g u r a l e dello scorso anno.

La risurrezione parte quindi da ciascuno di noi, dal nostro pensiero dal nostro modo di vedere e interpretare i fatti quotidiani; non da spettatore ma da protagonisti della nostra e altrui vita.

Lo spettatore spera che qualcosa accada di positivo mentre il protagonista lavora e opera perché ciò che sta sognando accada.

E' in questa sottile linea di demarcazione che sta la "magia" della risurrezione. E' il momento della scelta che ci colloca nella classe dei protagonisti e costruttori della nostra vita. Quindi è da ciascuno di noi, dalle semplici decisioni quotidiane prese secondo morale e buon senso che la società civile progredisce, il pensiero positivo si espande e la luce di una speranza in un futuro migliore si accende sempre più luminosa.

La scelta è una azione di coraggio e di sofferenza. Niente si ottiene senza l'impegno e la fatica e perciò non guardiamo con invidia coloro che senza apparente impegno

raggiungono traguardi a noi preclusi. Proseguiamo invece nella opera di fare bene quello di cui siamo capaci; solo così contribuiremo, anonimamente ma dignitosamente, a migliorare la società nella quale viviamo. E' nostro personale contributo all'umanità.

L'insegnamento che deriva dalla Pasqua vale sia per cristiani sia per atei o appartenenti a altre confessioni religiose. Perché pensare alla Pasqua vuol dire pensare alla risurrezione. Concetto, questo, che ha perfettamente espresso l'Arcivescovo di Benevento, Andrea Mugione, nel suo messaggio augurale. "La risurrezione del Signore deve essere il modello per la rinascita dell'intera umanità".

Così come Cristo è risorto, anche la comunità può farlo grazie alla coesione sociale e ad un cambio di mentalità. "Sogniamo un Sud diverso - si legge nel messaggio - che lasci

definitivamente alle sue spalle la pressione della protesta, la retorica del lamento".

Un messaggio che possiamo benissimo riproporre al nord. Basta lamento avanti col cambiamento, a partire da noi stessi. Con impegno, intelligenza e coesione si può fare fiorire il deserto, anche quello che spesso è albergato nell'animo umano.

Auguriamoci perciò che il momento della risurrezione giunga a coloro i quali posseggono mezzi, risorse e potere per fare evolvere più rapidamente la società perché si allenti la stretta della crisi e poter ricostruire le fondamenta di una società più equa.

Buona Pasqua!



Ambiente

S.O.S. Bonifica

Più manutenzione per evitare i rischi idrogeologici: ed il Consorzio di Bonifica parmense c'è.

Salsomaggiore Terme, 16 aprile 2014 -

Più manutenzione per evitare i rischi idrogeologici: ed il Consorzio di Bonifica parmense c'è. Con queste premesse, e con una profonda attenzione verso il territorio, quello stupendo che circonda le colline parmensi, si è presentato il progetto "S.O.S. Bonifica", che mette a disposizione dei luoghi collinari e montani mezzi d'opera e manutenzione per il corretto deflusso idrico nelle strade comunali e vicinali ad uso pubblico. Ed il progetto è partito proprio da Salsomaggiore, città che dall'autunno scorso vede colpito il proprio territorio, proprio a causa del grande flusso di acqua e della poca manutenzione di questi anni, da frane di piccolo e media entità, anche sulle strade di entrata in città. Presenti all'inaugurazione di questo piano strategico di manutenzione mirata il Presidente del Consorzio di bonifica parmense **Luigi Spinazzi**, il sindaco di Salsomaggiore **Filippo Fritelli** e **Meuccio Berselli**, direttore generale del Consorzio.

«A causa delle fragili condizioni del nostro territorio le iniziative a salvaguardia della montagna dovrebbero essere molteplici e costanti, ma la realtà purtroppo è molto lontana dai bisogni reali della popolazione locale» ha spiegato **Spinazzi**. « Il Consorzio di Bonifica Parmense cerca di compensare, per quanto lo riguarda direttamente, questo handicap con i mezzi e le strutture a disposizione. Questo progetto sperimentale è dettato dalla convinzione di dover investire sempre più in prevenzione invece che sulla emergenza, in stretta

collaborazione con gli enti locali, ottimizzando così le risorse disponibili. La sicurezza ambientale è condizione preliminare e fondamentale ad ogni tipologia di insediamento: residenziale, agricolo, civile. In particolare il territorio di montagna necessita di manutenzione continua ed efficiente per contrastare od almeno mitigare il dissesto idrogeologico: "S.O.S. Bonifica", per quelle che sono le nostre competenze, è finalizzato a perseguire questo obiettivo in modo concreto ed immediato».

Sulla stessa linea il **primo cittadino salsese**: «La cura del territorio è una priorità per prevenire il



dissesto idrogeologico del nostro suolo, non solo e non sempre causato dai fattori climatici che pur negli ultimi anni si manifestano con intensità. La riduzione del rischio passa anche attraverso un continuo processo di manutenzione da parte dei privati e degli enti preposti come il Consorzio di Bonifica Parmense, la cui attività e i rapporti di collaborazione con il Comune di Salsomaggiore hanno dato positivi risultati per la nostra città, con azioni importanti e risolutive. In questa direzione va l'avvio di un intervento di pulizia dei fossi, che nei prossimi giorni vedrà impegnato un mezzo scavatore».

«Grazie all'impegno del Consorzio di Bonifica, a breve inizieranno anche i

lavori di sistemazione della frana di via Caduti di Cefalonia: una delle situazioni di precarietà idrogeologica segnalata dai nostri uffici. L'auspicio è che questo intervento possa essere anche un esempio e una spinta positiva per gli agricoltori verso una corretta custodia e conservazione del territorio, per la sua sicurezza e per valorizzarne bellezza e risorse». Ed è indubbio che la manutenzione, soprattutto nelle champagne, nelle strade vicinali, sia indispensabile per la tutela del territorio. Una prassi che, purtroppo, per incilità o ignoranza, non tutti i frontisti mettono in pratica, mettendo così in pericolo non solo l'altrui

persona, ma, inconsapevolmente, se stessi. «Il progetto 'S.O.S. Bonifica' non vuole essere soltanto intervento di prevenzione nelle zone più sensibili e fragili, ma anche un vero e proprio strumento di comunicazione e conoscenza tra le valli che compongono il nostro territorio con competenza condivisa con la Bonifica» ha aggiunto **Berselli**. «Con questo strumento di intervento mirato il Consorzio vuole creare un altro mezzo moderno nella strategia d'azione volta a tutelare il paesaggio e la gente che vi abita».

Eventi

Concorso Enologico “Matilde di Canossa”

Quinta edizione del Concorso enologico “Matilde di Canossa-Terre di Lambrusco”. Per le iscrizioni c'è tempo sino al 6 maggio.

Reggio Emilia, 17 aprile 2014 -

Dopo il successo del 2013 – che portò in selezione finale 90 vini (45 dei quali prodotti nella provincia di Reggio Emilia), per i viticoltori emiliani e mantovani è scattato il conto alla rovescia per la partecipazione al Concorso enologico “**Matilde di Canossa-Terre di Lambrusco**”, l'appuntamento annuale proposto dalla Camera di Commercio di Reggio Emilia per valorizzare e promuovere la miglior produzione di lambrusco.

Il lancio dell'iniziativa giunge dopo alcuni eventi che hanno visto l'Ente camerale particolarmente impegnato a sostegno della visibilità dei lambruschi e delle esportazioni dei vini reggiani.

Tra questi, spicca il grande consenso ottenuto al Vinitaly di Verona, nel cui ambito sono stati organizzati una cinquantina di incontri d'affari che hanno coinvolto dieci aziende locali e importatori e buyer di prodotti Top gamma provenienti non solo dall'Unione europea, ma anche dalla Russia, dagli Usa, dal Canada e dall'Asia.

E' dunque in questo contesto di crescente interesse sui vini locali che si inserisce la quinta edizione del Concorso enologico “Matilde di Canossa-Terre di Lambrusco”. L'iniziativa - patrocinata dal **Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali** – è dedicata proprio alle aziende produttrici di Lambrusco delle province di **Reggio Emilia, Modena, Mantova e Parma**, alle quali è offerta l'opportunità di veder premiato il loro impegno sulla qualità delle produzioni



e, contemporaneamente, di inserire nella prestigiosa vetrina del concorso i propri prodotti, che saranno presentati alle più prestigiose rassegne agroalimentari internazionali.

La prima vetrina internazionale per i vini selezionati dalla 5^a edizione sarà la fiera SIAL di Parigi, il salone leader mondiale dell'agroalimentare in programma nell'ottobre 2014 nella capitale francese.

Le aziende interessate hanno tempo sino a **martedì 6 maggio** per iscriversi alla nuova edizione del Concorso enologico “Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco”. **Le operazioni di selezione si svolgeranno poi dal 22 al 23 maggio** presso la sede della Camera di commercio di Reggio Emilia a Mancasale; saranno curate da commissioni formate per pubblico sorteggio e composte da 6 tecnici, di cui almeno 4 residenti in Emilia, e da 1 sommelier, sempre in base al metodo di valutazione “Union Internationale des Oenologues”.

Il concorso riguarda tre categorie di vini: Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop), Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (Igp) e Vini Lambrusco spumanti a denominazione di origine controllata (Dop).

La proclamazione ufficiale dei vini premiati è prevista per fine giugno.

Folta e prestigiosa, anche per il 2014 la compagine delle realtà istituzionali che affiancano la Camera di commercio di Reggio Emilia per la buona riuscita del Concorso: oltre al

Ministero delle Politiche Agricole infatti, patrocinano la manifestazione la **Regione Emilia Romagna**, la **Provincia di Reggio Emilia**, **Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna** e le **CCIAA di Modena, Parma e Mantova**; collaborano con la Camera di

commercio **Assoenologi, A.i.s.** (Associazione Italiana Sommelier) e i **quattro Consorzi** che operano nelle zone tipiche di produzione del Lambrusco: Consorzio per la Tutela e la Promozione dei vini Dop Reggiano e Colli di Scandiano e Canossa, il Consorzio Marchio Storico dei Lambruschi Modenesi, il Consorzio Volontario per la Tutela dei Vini dei Colli di Parma ed il Consorzio Vini Mantovani.

Le Cantine Reggiane selezionate dall'edizione 2013:

Agriturismo il Bove, Azienda Agricola Melioli Lorenzo . Az. Agr. Cantina Fantesini di Bigi C. e Fantesini C., Az. Agr. Il Mello di Gagliardi Paolo, Az. Agr. Moro di Rinaldini Paola, Az. Vinicola Bertolani Alfredo Srl, Ca' De' Medici Srl, Cantina Colli di Scandiano ,Prati Franco Srl, Cantina di Albinea Canali Cantine Riunite & Civ Sca, Cantina Sociale Centro di Massenzatico Sca, Cantina Sociale di Arceto Sca, Cantina Sociale di Gualtieri Sca, Cantina Sociale di san Martino in Rio Sca, Cantina Sociale Prato di Correggio Sca, Cantine Lombardini Srl , Cantine Riunite & Civ Sca, Casali Viticoltori Srl, Donelli Vini Spa , Ferrarini Spa , Lini Oreste e Figli Spa , Medici Ermete & Figli Spa

Per iscrizioni e informazioni: www.concorsolambrusco.it o info@concorsolambrusco.it

Nella foto: lo stand del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco" all'edizione 2014 del Vinitaly.

EXPO2015 - ALIMENTARE

Federalimentare 4 EXPO. L'Industria alimentare italiana a EXPO2015.

Due padiglioni e 2.600 mq per raccontare storia, cultura e filiera del settore

Federalimentare



Expo2015

Federalimentare 4 EXPO. L'Industria alimentare italiana a EXPO2015

Due padiglioni e 2.600 mq per raccontare storia, cultura e filiera del settore.

Milano, 16 aprile 2014 - Due padiglioni e circa 2.600 mq per raccontare l'agroindustria italiana ai visitatori di Expo 2015, in un viaggio interattivo per scoprirne i prodotti, i protagonisti, la ricchezza dei territori, i marchi e gli imprenditori che li hanno creati e sviluppati, rendendoli un riferimento per l'economia del Paese e ambasciatori dell'italian food nel mondo. Sono le caratteristiche di **Federalimentare 4EXPO**, progetto di **edutainment** che Federalimentare, la Federazione dell'industria alimentare italiana, con il suo **partner operativo Fiere di Parma**, ha presentato a Expo 2015 SpA. E che costituirà il principale canale di comunicazione per la divulgazione e valorizzazione dell'immagine dell'industria alimentare all'Expo Milano 2015.

Federalimentare 4EXPO vivrà in 2 padiglioni polifunzionali di circa 1.300 mq ciascuno, sviluppati su 3 piani e collegati tra loro da una passerella di 8 metri di larghezza. Coinvolgerà circa 500 tra aziende, consorzi e organismi istituzionali del

made in Italy alimentare e ospiterà nei suoi spazi istituzionali fino a **200 eventi nei 6 mesi della manifestazione**.

I padiglioni avranno un design interno e esterno armonizzato con quello del Padiglione Italia, di cui saranno lo "specchio industriale", e si troveranno in una posizione strategica (NE 10 e NE 11), nella "testa" del "pesce" e in prossimità dell'ingresso Est, dal quale passerà il 40% del pubblico ma la maggior parte degli operatori "professionali" che visiteranno Expo 2015.

Il progetto, che non prevede attività commerciali e di vendita, sarà un percorso interattivo per comprendere il valore delle filiere alimentari attraverso la galassia dei prodotti e delle aziende che hanno scritto la storia dell'Italia alimentare. Saranno **9 i percorsi tematici di edutainment** dedicati ai settori chiave dell'industria alimentare (latte, formaggi e derivati; conserve vegetali; condimenti; sfarinati, pasta e pizza; carni;



ittico; bevande; dolci; spezie e coloniali). 9 viaggi esperienziali realizzati con scenografie “immersive” e proiezioni 3D, che le aziende renderanno concreti e tangibili grazie alle postazioni interattive (fino a 500) che sveleranno ai visitatori il loro patrimonio storico e culturale.

Oltre all'area edutainment, Federalimentare 4EXPO sarà anche il fulcro di eventi e relazioni istituzionali per il settore: le 2 terrazze – caratteristica unica nell'architettura dei Padiglioni di Expo 2015 – e la grande sala eventi polifunzionale da 1.500 posti, situata al piano terra del padiglione NE 10. Spazi che, in 6 mesi, ospiteranno circa 200 tra iniziative di promozione e comunicazione organizzate dalle aziende aderenti a Federalimentare e i principali appuntamenti del settore (assemblee delle associazioni di categoria, convention aziendali, convention aziendali dell'industria alimentare, ecc.).

Secondo **Filippo Ferrua Magliani**, Presidente di Federalimentare, “L'agroindustria italiana riflette la ricchezza dei territori, dei prodotti e degli imprenditori che l'hanno creata e sviluppata. Processi e prodotti artigiani sono diventati industriali e hanno guidato lo sviluppo di un importante settore anch'esso leader nel mondo. Una ricchezza creativa e relazionale, che nasce da vicende industriali centenarie e vive nelle nuove generazioni di imprenditori e manager che alimentano lo sviluppo dell'Italian food nel mondo. Non esisterebbe made in Italy se alle spalle dei prodotti non ci fossero imprese che fanno della qualità una vera e propria

‘ossessione’: delle materie prime, dei processi, del confezionamento, dei prodotti. E attraverso questo progetto abbiamo la possibilità di raccontarlo”.

“Oggi possiamo finalmente svelare i dettagli di questo progetto non commerciale di valorizzazione per l'industria alimentare – dichiara **Paolo Zanetti**, Vice Presidente di Federalimentare con delega Expo. Siamo contenti che Expo 2015 SpA si sia reso conto della validità di un progetto che abbiamo concepito e sviluppato insieme a Fiere di Parma fin dal 2010, con l'intento di valorizzare la storia, la cultura e la filiera dell'agroindustria italiana, secondo settore del manifatturiero italiano e ambasciatore del made in Italy, con un export di 26,2 miliardi di euro. Con questo padiglione educativo, che ha avuto anche l'apprezzamento del **MIPAAF**, verranno dati spazio e visibilità a chi produce il cibo



che finisce ogni giorno sulle nostre tavole e su quelle di tutto il mondo, in un percorso coerente con i temi di una manifestazione che ha messo al centro del dibattito l'alimentazione e la nutrizione.”

Aggiunge **Antonio Cellie**, Ad di Fiere di Parma, partner operativo di Federalimentare: “La crescente fiducia nei confronti di Fiere di Parma da parte della business community dipende anche dall'approccio, scelto insieme a Federalimentare 12 mesi fa, rispetto alla grande opportunità di Expo. Secondo noi questo importante appuntamento deve essere anche un'occasione concreta di

business per molte imprese italiane e quindi abbiamo immaginato e realizzato un modello di partecipazione per le aziende che sia rivolto anche ai professionisti della distribuzione e della ristorazione di tutto il mondo che si recheranno all'Esposizione Universale. Durante i sei mesi di Expo molti operatori chiave per il futuro del nostro agroalimentare verranno in Italia: all'interno del padiglione Federalimentare 4EXPO la nostra industria alimentare potrà incontrarli per spiegare loro perché il nostro panorama produttivo è così meravigliosamente diversificato e perché, grazie a un tessuto di imprese e territori unico al mondo, i nostri prodotti sono ineguagliati per qualità e sicurezza.”

Federalimentare 4EXPO potrà contare anche sul fondamentale contributo dell'**Università Cattolica del Sacro Cuore**, che realizzerà un'analisi scientifica multidisciplinare per fotografare il sistema alimentare italiano e il suo ruolo nel panorama economico italiano. Così **Lorenzo Ornaghi**, Presidente dell'Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore: “I marchi del sistema alimentare italiano disegnano la fisionomia di una vera e propria élite creativa, generatrice di ricchezza sociale, economica e anche culturale. Particolare attenzione verrà dedicata alla costante cura che tali realtà hanno per la qualità dei prodotti, per la loro gestione, per le iniziative che promuovono e sponsorizzano sul territorio e che le rendono punti di riferimento affidabili per le comunità locali. Questo studio economico-aziendale, politologico e sociale vuole scoprire ragioni e condizioni che hanno favorito la nascita e il consolidamento di queste aziende, spesso basate su un'architettura familiare. E sottolinea la necessità di un pieno riconoscimento e di una legittimazione della leadership del settore alimentare all'interno del più ampio sistema economico-sociale italiano.”

(Federalimentare)



CIBUS 2014 5-8 MAGGIO

Cibus 2014, l'industria alimentare si presenta al completo.

Raccolti i pareri di espositori e buyer sia nazionali che esteri.

Fiere di Parma - Cibus 2014



Cibus 2014 5-8 maggio

Cibus 2014, l'industria alimentare si presenta al completo.

Preparandosi a EXPO2015. Presentato a Milano il programma della principale fiera alimentare italiana – Internazionalizzazione e nuove strategie commerciali per il mercato nazionale – La kermesse sarà aperta dal Ministro delle Politiche Agricole, Maurizio Martina – Attesi 60 mila operatori

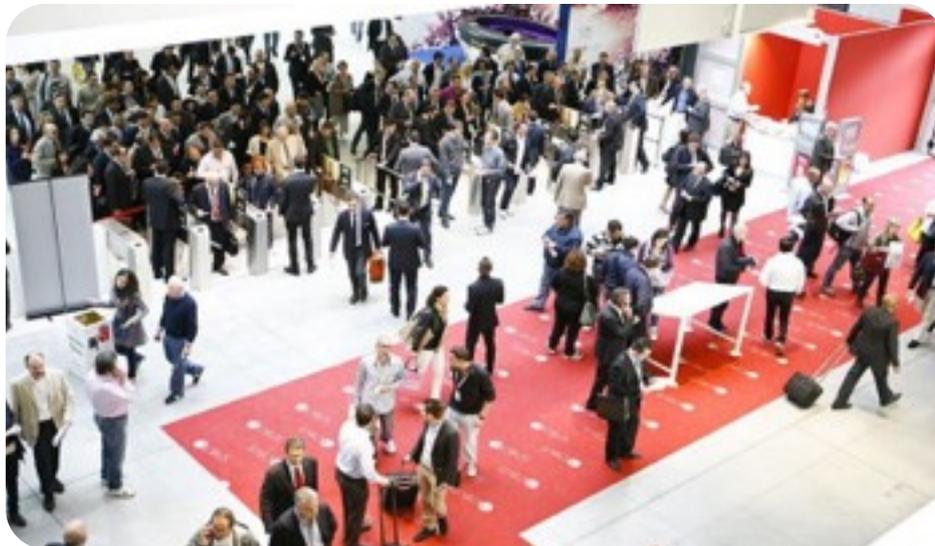
Milano, 16 aprile 2014 – La 17° edizione di Cibus, a Parma **dal 5 all'8 maggio** 2014, fa registrare un numero record di espositori, con tante aziende che tornano in fiera dopo anni di assenza ed un gran numero di nuovi prodotti che saranno presentati per la prima volta nelle giornate fieristiche. Una fidelizzazione rafforzata dal gradimento delle imprese alimentari italiane per il percorso di internazionalizzazione intrapreso da Fiere di Parma negli ultimi quattro anni e che fa di Cibus la prima fiera italiana del made in Italy alimentare e la terza fiera alimentare al mondo.

E' quanto è emerso dalla conferenza stampa odierna tenutasi a Milano in cui è stato presentato il programma di **Cibus 2014**, oltre che il nuovo padiglione che Federalimentare e Fiere di Parma realizzeranno ad EXPO2015 .

All'apertura della 17° edizione di Cibus parteciperanno anche **Maurizio Martina**, Ministro delle Politiche Agricole e **Carlo Calenda**, Vice Ministro per lo Sviluppo Economico. Sono attesi **mille top buyer** da cento Paesi e circa diecimila operatori esteri, per un totale complessivo di **60 mila operatori**, tra italiani e stranieri.

L'interesse per Cibus 2014 cresce anche per l'imminenza di Expo e per l'impegno del comparto industriale agroalimentare italiano di superare la fase di crisi del mercato interno e la volontà di conquistare nuovi mercati esteri.

“Dopo le 5 tappe del Cibus Market Check che ha portato le aziende italiane ad incontrare la grande distribuzione in tre continenti – ha dichiarato in conferenza **Antonio Cellie**, Ceo di Fiere di Parma – e dopo il successo del padiglione italiano alla



fiera alimentare di Bangkok, abbiamo tracciato un percorso di collaborazione con “Anuga”, la fiera di Colonia, che ci consentirà di lavorare con i più importanti partner fieristici internazionali”.

La spinta all'internazionalizzazione è anche conseguenza di una crisi del mercato interno che è ancora notevole, come ha sottolineato **Filippo Ferrua**, Presidente di Federalimentare: “L'appuntamento di Cibus non è mai stato così importante: il 2013 si è rivelato come l'anno peggiore dall'inizio della crisi, dove la tenuta dell'export (+5,8%) non maschera la caduta dei consumi interni (-4 punti in 12 mesi, -14 in 5 anni). Nel 2014 questo trend rallenta ma, almeno per ora, non si ferma. In questo momento, il sostegno promozionale e di immagine che può dare Cibus ha perciò un valore vitale. Siamo sicuri che esso darà spinta al percorso di uscita dal tunnel della crisi”.

Un ottimismo condiviso dal Presidente di Fiere di Parma, **Franco Boni** che ha dichiarato: “Ci siamo preparati ad un'edizione di Cibus che abbiamo voluto davvero straordinaria, nell'attesa del grande evento EXPO”.

Non sono poche le **novità di Cibus 2014**, come ha spiegato **Elda Ghiretti**, Cibus Brand Manager: “A partire da un layout rinnovato con un percorso più fruibile e coerente per i buyer in visita e dal marcato **profilo**

multicanale di questa edizione che cerca di coinvolgere tutte le realtà che ruotano intorno al prodotto alimentare italiano”.

Spazio dunque al commercio al dettaglio, oltre che alla grande distribuzione; al food service ed alla ristorazione fuori casa; ai prodotti biologici, gluten free, halal e kosher; alle PMI regionali cui è dedicato un incoming specifico di buyer; al mondo dolciario integrato all'area del grocery; alla ristorazione con il ruolo attivo di ALMA, la Scuola di cucina internazionale; ed altro ancora (<http://www.cibus.it/iniziative/>).

Workshop, convegni, concorsi ed eventi di ogni tipo fanno di Cibus 2014 un appuntamento da non mancare. A partire dalla prima giornata che vede in programma il tradizionale convegno di apertura di Cibus in cui **Federalimentare** (che a Cibus terrà la propria assemblea annuale) presenterà lo stato dell'arte del settore industriale agroalimentare con i dati più aggiornati sulla produzione e gli interscambi con l'estero e un convegno coordinato da Barilla sul Protocollo di Milano (con la partecipazione di **Guido Barilla, Carlo Petrini e Paolo De Castro**).

E ancora nelle giornate seguenti il convegno “**Promuovere il Made in Italy: lezioni dall'estero**”, realizzato in collaborazione col **Gruppo Food**: uno studio su come la Gdo estera presenta il

prodotto italiano ed il premio Cibus a quelle catene distributive estere distinte per operazioni di comunicazione e marketing finalizzate alla promozione dei prodotti Made in Italy.

Ed infine l'evento dedicato al **Food Service e al Duty free: Cibus** ed il **Gruppo Edifis** illustreranno il mercato del food italiano nei luoghi di transito per definizione: i duty free, con esempi di best practices. (<http://www.cibus.it/convegni/>).

Infine va menzionato il nostro nuovo e potenziato fuori salone: **Cibus Land**, con degustazioni ed eventi nelle **strade di Parma** ed una grande lounge “**After Cibus**” riservata a visitatori ed espositori all'interno del palazzo del Governatore. Complementare a Cibus, si terrà la quinta edizione di “**Pianeta Nutrizione & Integrazione**”, forum interdisciplinare sulla sana nutrizione con seminari di medici e società scientifiche ed una sezione espositiva di prodotti alimentari salutistici.

(ufficio stampa Cibus 2014)

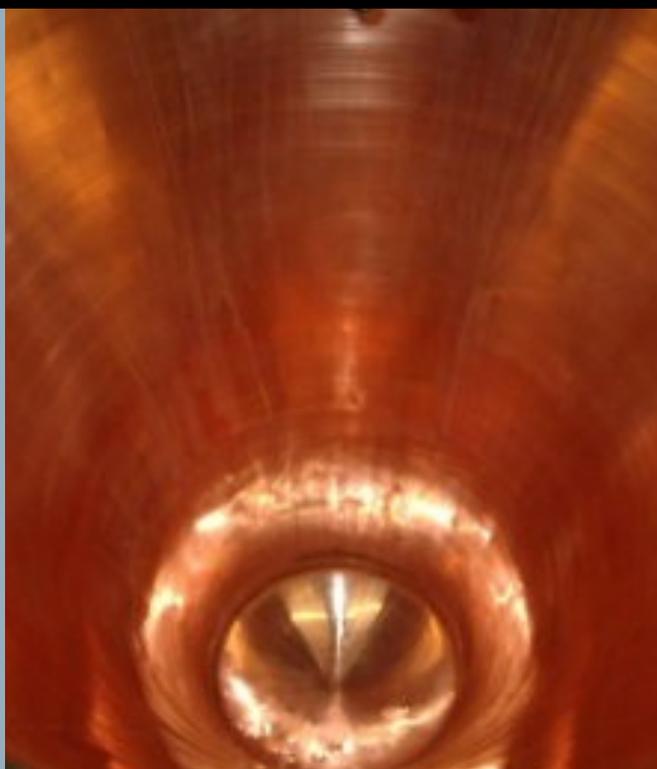


LATTIERO CASEARIO

MERCATI DEBOLI. LATTE SPOT IN FORTE RIBASSO.

Le produzioni di Parmigiano Reggiano e Grana Padano.

(virgilio e Ismea)



Lattiero Caseario

Mercati deboli. Latte Spot in forte ribasso.

La settimana che precede la Pasqua ha confermato la debolezza dei mercati lattiero caseari. Ma è con l'inizio della settimana corrente che la debolezza si è manifestata con maggiore evidenza.

di Virgilio -

Parma 16 aprile 2014 --

Il **Latte Spot** prosegue la sua tendenza al ribasso e cede 52 centesimi rispetto l'apertura d'aprile. Ma è con la settimana in corso che la debolezza si manifesta ancor più marcatamente. Lunedì 14 aprile, infatti, alla borsa veronese si sono aggiunte perdite

per altri 2,5 euro fissando i prezzi tra 39,18 40,21/100 litri di latte (-6,95% sul mese precedente e -3,36% sull'anno precedente). Un andamento che, seppure più attenuato, segue la tendenza del prezzo del latte proveniente dalla Germania e dall'Austria quotato a 37,42€ (-11,11% rispetto il mese precedente e -10,28% in confronto annuale). Analogamente il mercato del **Burro** e della **Crema** cede prima 5 e poi altri 10 centesimi in soli otto giorni. Il **Burro CEE** quotato a Milano lunedì 14 marzo, ad esempio, si è fermato a 3,30€/litro (-15 centesimi rispetto la quotazione del 31 marzo). La **Crema** di latte ad uso alimentare, nella settimana in esame, non ha registrato variazioni. Vale la pena di segnalare invece la perdita di 10 centesimi registrata

lunedì 14 marzo: 1,75€/Kg. per la panna di centrifuga quotata a Verona e 1,72€/kg per la crema di latte milanese.

Prosegue la tendenza ribassista del **Parmigiano Reggiano** al quale si affianca anche quella del **Grana Padano**.

5 i centesimi ceduti dal **"Parmigiano"** su tutte le piazze e per le diverse stagionature prese in esame. Sulla Piazza di riferimento di Parma il 12 mesi di stagionatura è stato quotato tra 8,70 e 9,05€/kg (-0,56% sulla prima settimana di aprile) mentre il 24 mesi ha registrato una perdita dello 0,98% fissando i prezzi tra 9,90 e 10,25 €/Kg. Altrettanto dicasi per il **Grana Padano DOP** che ha ceduto 10 centesimi sia a Mantova che a Milano. Mantova infatti ha fissato tra 6,90 e 7,20€/kg il 10 mesi e tra 7,75 e 8,05 il 14-16 mesi. Un ulteriore cedimento è stato registrato a Milano con l'inizio settimana fissando tra 7,00 e 7,10€/kg il 9 mesi e tra 7,60 e 8,25€/Kg il 15mesi.

- Parmigiano Reggiano - produzione febbraio 2014 -

- Nel mese di febbraio l'andamento della produzione di Parmigiano Reggiano ha confermato la fase di stabilizzazione che ha caratterizzato la seconda metà del 2013. Il numero di forme prodotte si è attestato a 267.948 evidenziando una contrazione dello 0,9% rispetto al mese di febbraio dello scorso anno. La crescita dei caseifici delle provincie di Reggio Emilia (+2,9%) e Bologna (+5,6%) è stata compensata dalla flessione rilevata a Mantova (-4,3%) e Modena (-1,1%). Più contenuto il calo finora registrato in provincia di Parma (-0,8%).

- Grana Padano - produzione febbraio 2014 -

- I dati diffusi dal Consorzio di Tutela del Grana Padano confermano anche per il mese di marzo la tendenza all'aumento della produzione, con una variazione del +2,3% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

Grazie a tale recupero l'offerta del primo trimestre si assesta a quasi 1,4 milioni di forme, pari al +2,4% rispetto allo stesso periodo del 2013.

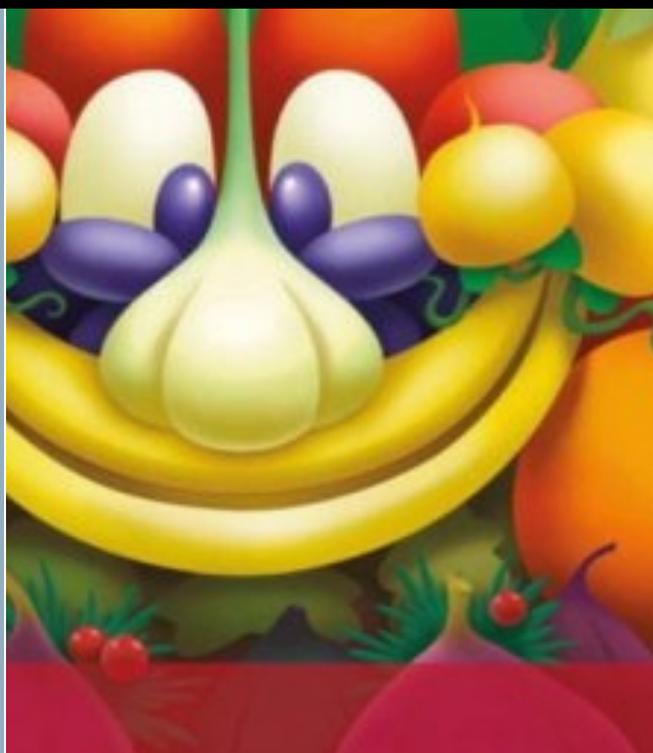
(Produzioni da fonte Ismea Servizi)

EXPO2015 - VINO

EXPO2015, Giovanni Mantovani nominato nel comitato scientifico per il padiglione del vino

Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, è stato nominato con decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari forestali, Maurizio Martina, componente del Comitato scientifico del Padiglione del Vino dell'Expo 2015.

(verona.fiere)



EXPO2015

EXPO2015; Giovanni Mantovani nominato nel comitato scientifico per il padiglione del vino.

Con decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari forestali, Maurizio Martina, è stato istituito il Comitato scientifico del Padiglione del Vino dell'Expo 2015. Tra i rappresentanti del mondo vitivinicolo, anche Veronafiere la quale con Vinitaly supporta da quasi mezzo secolo l'imprenditorialità e l'export del settore.

Verona, 15 aprile 2014. Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere, è stato nominato con decreto del Ministro delle politiche agricole alimentari forestali, Maurizio Martina, componente del Comitato scientifico del Padiglione del Vino



dell'Expo 2015. Il decreto di costituzione del Comitato affida ai membri designati l'elaborazione delle linee strategiche e il compito di valutare le idee progettuali da promuovere nell'ambito del Padiglione del Vino.

Oltre al direttore generale di Veronafiere, fanno parte del Comitato: Riccardo Cotarella, presidente Assoenologi, con funzione di presidente, Raffaele Borriello, vice capo di Gabinetto del Ministero delegato all'Expo 2015, con funzioni di coordinatore,

Piero Antinori, presidente Istituto Vino Italiano di Qualità – Grandi Marchi, Diana Bracco, commissario generale di sezione per il Padiglione Italia, Carlo Guerrieri Gonzaga, presidente Comitato Grandi Cru, Ruenza Santandrea, presidente Gruppo Cevico, Lamberto Vallarino Gancia, presidente Federvini, Domenico Zonin, presidente Unione Italiana Vini.

La nomina di Giovanni Mantovani arriva a pochi giorni dall'annuncio, fatto dal Ministro Maurizio Martina, dell'incarico a Vinitaly di realizzare e gestire il Padiglione del Vino, sulla base della convenzione siglata tra Padiglione Italia e Veronafiere. «La scelta di Vinitaly – aveva sottolineato a Vinitaly il Ministro Martina – è una scelta di competenza, esperienza e professionalità, fatta nella consapevolezza che possa assicurare al vino Italiano una importante e adeguata rappresentazione nell'ambito di Expo Milano 2015. Vinitaly è la manifestazione che più di ogni altra ha scandito e accompagnato l'evoluzione del sistema vitivinicolo nazionale e internazionale, contribuendo negli anni a rendere il vino una delle più coinvolgenti e dinamiche realtà del settore primario».

«L'istituzione del Comitato scientifico – afferma all'indomani della sua nomina Giovanni Mantovani – è un passo molto importante verso la realizzazione del Padiglione del Vino. L'ampia rappresentatività delle migliori componenti del mondo vitivinicolo italiano, unita alla nostra esperienza maturata con Vinitaly e attraverso la piattaforma di servizi all'estero per la promozione del vino italiano sapranno dare a questo simbolo del made in Italy la migliore visibilità all'interno di Expo 2015, al fine di favorire un ulteriore sviluppo dell'export delle nostre aziende».

Grazie ai numeri realizzati nell'edizione appena conclusa, Vinitaly si è confermato anche quest'anno la piazza di incontro più importante a livello internazionale per i professionisti del vino: 4.100 espositori su 100.000 metri quadrati netti di superficie espositiva; 155.000 visitatori in crescita del 6% rispetto all'anno precedente; 55.000 buyer e operatori esteri, saliti al 36% del totale.

Servizio Stampa Veronafiere

BIOLOGICO**Cresce il Bio. Quali prodotti utilizzare.**

Il biologico risulta ancora in espansione a livello internazionale, sia sul fronte della domanda che dell'offerta, anche se a tassi più contenuti rispetto agli scorsi anni. E' quanto emerge dai dati diffusi da FIBL e IFOAM in occasione della Fiera Biofach di Norimberga.

di Virgilio - Parma, 16 aprile 2014. Nel 2012 le superfici mondiali coltivate ad agricoltura biologica sono ammontate a 37,5 milioni di ettari e sono cresciute di mezzo punto percentuale sul 2011, mentre gli operatori bio, pari nel complesso a 1,9 milioni, sono aumentati del 7,6%.

A riferirlo è l'Ismea la quale sottolinea come il mercato mondiale stia ancora crescendo (+1,3% nel 2012) e valutato in circa 50 miliardi di euro. Il valore del mercato si concentra in gran parte in Nord America e in Europa, mentre è inferiore, talvolta anche di parecchio, nei continenti dove risiedono le superfici più ampie. Fenomeno, questo, che dipende da un forte orientamento all'export delle zone produttive verso le aree a maggiore domanda. Inoltre, vi sono continenti come l'Oceania in cui il bio è rappresentato in prevalenza da estensioni a prati e pascoli che, quindi, presentano uno scarso impatto sul mercato.

L'Italia si colloca tra i primissimi posti al mondo e quarta in Europa. A comandare la classifica è la Germania con un giro d'affari nazionale di poco superiore ai 7 miliardi di euro, seguita dalla Francia (4 miliardi) e dal Regno Unito (1,95 miliardi). Il quarto posto, come anticipato, spetta all'Italia, con circa 1,9 miliardi di valore del mercato interno (3,1 se si considera anche l'export) e un peso sul valore totale del mercato europeo bio dell'8%.

Sul fronte dei consumi interni, Ismea rileva una crescita ininterrotta e piuttosto sostenuta dal 2005, che si rivela in controtendenza rispetto all'andamento dapprima stagnante e



poi negativo degli acquisti di alimenti convenzionali. Tuttavia il consumo pro-capite rimane ancora a livelli decisamente inferiori rispetto ai "big spender" - 31 euro annui contro i circa 190 del paese in testa a tale graduatoria - e il peso delle vendite bio sul totale agroalimentare risulta di appena l'1,5% a fronte del 7,5% del paese leader.

I prodotti utilizzabili

Con il crescere dei consumi e delle superfici investite ad agricoltura biologica aumentano anche i rischi di un utilizzo improprio dei mezzi tecnici, in taluni casi neppure consentiti dal regolamento comunitario.

Nonostante gli accurati controlli messi in campo dai diversi istituti pubblici e privati sostenuti e anticipati dai frequenti piani divulgativi può accadere che taluni possano sfuggire o mancare agli appuntamenti d'aggiornamento.

A questo proposito anche FederBio, che raggruppa tutti i principali attori della filiera del biologico, ha deciso di attivare un **Gruppo di Lavoro** allo scopo di esprimere un parere motivato sull'ammissibilità dei formulati commerciali impiegabili per approntare un elenco sempre aggiornabile dei prodotti fitosanitari impiegabili in agricoltura biologica.

Il tutto con l'intento non di penalizzare la filiera ma di supportare gli operatori e gli organismi di certificazione, semplificandone il lavoro.

Il processo di valutazione dei prodotti fitosanitari si è basato su due concetti fondamentali:

- Che il principio attivo sia incluso nell'allegato II del Regolamento CE 889/2008.
- Che il prodotto fitosanitario o il

coadiuvante di prodotti fitosanitari siano regolarmente autorizzati in Italia dal Ministero della Salute una volta che il principio attivo sia stato valutato a livello europeo ed inserito nella Banca dati ufficiale del Ministero (disponibile presso http://www.salute.gov.it/fitosanitariWeb_new/FitosanitariServlet).

Grazie a questo incrocio è stata selezionata una lista di prodotti fitosanitari che contengono i suddetti principi attivi e che sono quindi impiegabili in agricoltura biologica.

La lista è ripartita in 3 sezioni:

1. Elenco dei prodotti fitosanitari impiegabili in agricoltura biologica per la difesa delle colture (consultabile e scaricabile in ordine alfabetico sia come principio attivo sia come nome commerciale) che contiene tutti i prodotti a base di sostanze di origine animale e vegetale, i microrganismi, le sostanze prodotte dai microrganismi, le sostanze da utilizzare in trappole e/o distributori automatici, preparati da spargere in superficie tra le piante coltivate e altre sostanze di uso tradizionale in agricoltura biologica, tutti regolarmente registrati in Italia.

Scarica il file:

[in ordine per PRINCIPIO ATTIVO](#) [in ordine per TIPOLOGIA DIAZIONE](#)

[in ordine per NOME COMMERCIALE](#)

2. Elenco dei prodotti commerciali a base di feromoni (confusione e disorientamento sessuale) regolarmente registrati in Italia e ripartiti per le principali colture di applicazione (vite, pomacee, drupacee, altre), così da consentire una più rapida individuazione del prodotto.

Scarica il file:

[in ordine per COLTURA](#)

3. Elenco dei principali macrorganismi utili (insetti, acari e nematodi) che possono essere utilizzabili e reperibili sul mercato in

Italia. Si sottolinea che questa categoria non necessita di alcuna autorizzazione per l'immissione in commercio in Italia, pertanto la lista viene riportata solo a scopi divulgativi. Altre specie possono essere utilizzate conformemente purché non esotiche.

Scarica il file:

[in ordine per NOME MACROORGANISMO](#)
[in ordine per TARGET](#)

Nei casi di prodotti fitosanitari con inquadramento normativo non chiaro, il Gruppo di Lavoro si avvale del parere ufficiale del MiPAAF.

Federbio, tuttavia, non assume nessuna obbligazione circa il puntuale e corretto aggiornamento della lista. La stessa Federazione, pertanto, non potrà essere ritenuta responsabile – né

chiamata a risponderne - per l'eventuale omesso inserimento di formulati o per il non corretto mantenimento degli stessi nella lista. Similmente, gli operatori assumono su di sé la responsabilità dell'uso degli agrofarmaci inseriti in lista e sono tenuti, prima dell'uso, a verificare la vigenza delle registrazioni e le caratteristiche tecniche degli stessi per la coltura su cui ne verrà fatto impiego.

La Lista è stata compilata grazie al supporto di BDF banca dati agrofarmaci (www.bdfagro.it - Ecospi srl Milano tel. 02.6555926), alla quale si rimanda per ogni ulteriore specifica tecnica dei prodotti commerciali (quali, ad esempio, dosaggio, colture e target di registrazione, tempo di carenza, etichetta completa, ecc.). La lista viene revisionata mensilmente in

base alle nuove registrazioni sulla scorta degli aggiornamenti di BDF banca dati agrofarmaci.

Grazie ad una convenzione con Ecospi srl gli utilizzatori dei servizi di FederBio potranno acquistare BDF banca dati agrofarmaci ad un prezzo riservato indicato su www.bdfagro.it/federbio.htm.

Per ogni segnalazione di errori o mancate inclusioni si prega di contattare FederBio, all'indirizzo mezzitecnicibio@federbio.it

(Fonte FederBio)



Grana Padano

Cresce la produzione e l'export sostiene la remunerazione.

Grana Padano, 1,5 milioni di forme vendute all'estero nel 2013 pari al 34% della produzione.

di LGC - Parma 14 aprile 2014 -

Non è stato certamente un 2013 tutto rose e fiori per settore alimentare e a questo non si è sottratto nemmeno il Grana Padano soprattutto per quanto riguarda la prima parte dell'anno. La conferma viene anche dal Presidente del Consorzio di Tutela del Grana Padano DOP, Nicola Baldrighi, intervistato da Assolatte. “ il 2013 si è chiuso positivamente, grazie ad un mercato del latte spot molto vivace. In Italia, il Grana Padano ha confermato i propri livelli di consumo e la sua leadership nel settore dei formaggi duri, con una quota del 49%. I risultati sono confermati dal calo delle giacenze, scese del 3%.

Sul fronte dei prezzi all'ingrosso, dall'inizio dell'estate abbiamo registrato una ripresa delle quotazioni, confermata anche a gennaio.”

L'adozione dei piani produttivi e l'export hanno contribuito al mantenimento dei prezzi su livelli di remuneratività.



Nel corso del 2013 si è registrata infatti una contrazione della produzione del 3,3% rispetto al 2012. “ Sono risultati che soddisfano, - sottolinea il Presidente Baldrighi commentando i dati - ma occorre continuare a mantenere prudenza produttiva, e dedicare la massima attenzione alla qualità del prodotto.”

I dati diffusi dal Consorzio di Tutela del Grana Padano a inizio di aprile evidenziano come, anche per il mese di marzo, si sia confermata la tendenza all'aumento della produzione, con una variazione del +2,3% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. In ragione di tale recupero l'offerta del primo trimestre si assesta a quasi 1,4 milioni di forme, pari al +2,4% rispetto allo stesso periodo del 2013.

I primi segnali di cedimento dai mercati all'ingrosso si stanno manifestando

complice anche il crollo del Latte Spot probabilmente condizionato dalla decrescita del valore del latte tedesco e austriaco.

Sul fronte dell'export il Grana Padano sta dando invece notevoli soddisfazioni. “ Nel

periodo gennaio - novembre 2013, il Grana Padano - informa Nicola Baldrighi - ha confermato la propria leadership di formaggio DOP più consumato nel mondo, con un incremento delle esportazioni del 5,87%. Confortante soprattutto l'aumento del 7% rilevato nella UE, mentre nei paesi al di fuori dell'Unione europea, l'incremento è stato del 4%.”

1,5 milioni di forme vendute all'estero nel 2013 pari al 34% della produzione del Consorzio Di Tutela del Grana Padano.

“Un dato positivo, - conclude Baldrighi - che in 15 anni vedrebbe più che quadruplicato l'export di Grana Padano, e che premia il nostro lavoro. Il Consorzio ha investito all'estero con lungimiranza, in anni in cui il mercato interno prosperava, consapevole della forza di questa eccellenza del Made in Italy.”



Consumi

Pasqua, 8 su 10 a casa

- Piu' di 8 italiani su 10 trascorreranno tra le mura domestiche la Pasqua 2014 che si classifica tra le piu' casalinghe degli ultimi decenni per effetto della crisi che taglia le partenze ma riduce anche la spesa per imbandire la tavola con i prodotti simbolo della ricorrenza.

- Roma 12 aprile 2014 -

E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti dalla quale si evidenzia che il 24 per cento degli italiani non acquisterà quest'anno uova o colombe industriali o artigianali mentre si prevede un ritorno al fai da te casalingo che non si registrava dal dopoguerra per ben 5 milioni di italiani .

Lo dimostra il fatto che durante la settimana Santa saranno consumate dagli italiani - sottolinea la Coldiretti - circa 400 milioni di uova "ruspanti" che sono l'unico prodotto che ha visto aumentare gli acquisti nel 2013 (+2 per cento) in netta controtendenza con il calo del 3,9 per cento fatto registrare in generale per l'alimentare. Sode per la colazione, dipinte a mano per abbellire le case e le tavole apparecchiate o consumate in prodotti artigianali e industriali o in ricette tradizionali da gustare a casa o in viaggio il ritorno delle uova (vere) è - sostiene la Coldiretti - la grande novità della Pasqua 2014.

Per le feste - precisa la Coldiretti - torna anche per la maggioranza degli italiani il viaggio a breve raggio da realizzare in giornata per fare una scampagnata, visitare una città d'arte, mete religiose o andare a

trovare parenti e amici, magari facendo ricorso al pranzo al sacco preparato accuratamente a casa. Una tendenza che interessa anche la tradizionale gita fuori porta in agriturismo dove secondo Terranostra molte aziende si sono attrezzate con l'offerta di alloggio e di pasti completi ma anche di colazioni al sacco o con la semplice messa a disposizione spazi per picnic, tende, roulotte e camper per rispettare le esigenze di indipendenza di chi ama prepararsi da mangiare in piena autonomia ricorrendo eventualmente solo all'acquisto dei prodotti aziendali di campagna amica.

La preparazione casalinga dei piatti tradizionali è - sostiene la Coldiretti - una attività tornata ad essere gratificante per uomini e donne che si svolge proprio nella settimana che precede la Pasqua. Gli italiani ai fornelli - continua la Coldiretti - trovano supporto nel boom delle pubblicazioni e delle trasmissioni televisive dedicate alla cucina, ma anche da internet dove si contano oltre 415 mila italiani che dichiarano di partecipare regolarmente a community sul web centrate sul cibo, e sono invece complessivamente oltre 1,4 milioni quelli che vi prendono parte, comprendendo coloro che vi ricorrono solo in condizioni particolari come le feste. Una fonte di informazione utile per cercare di riportare in tavola sapori esclusivi della tradizione pasquale destinati a rimanere solo un piacevole ricordo per tutto il restante periodo dell'anno.

Accanto al pesce del venerdì Santo e alla carne di agnello della santa Pasqua nella lista dei prodotti preferiti per la Pasqua si trovano tra i dolci al primo posto l'immane pastiera napoletana che batte la colomba mentre seguono da vicino la pizza di Pasqua e la treccia pasquale. Si tratta - continua la Coldiretti - di dolci caratterizzati spesso da sapori forti che hanno le uova tra gli ingredienti principali come la scarcedda lucana che è un dolce ripieno di uova sode o la torta pasqualina della Liguria che è un rustico ripieno di verdura, uova e parmigiano. (coldiretti)

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

