



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

SOMMARIO

Anno 14 - n° 13 29 marzo 2015

1.1 EDITORIALE

Miracolo italiano: Expo 2015

2.1 SPECIALE VINITALY

Vinitaly 2015: un'ottima annata

3.1 CEREALI E MATERIE PRIME (2)

Comincia a farsi sentire il peso dei raccolti sud americani.

4.1 EXPORT E TUTELA

L'Europa deve difendere la qualità per competere sui mercati

5.1 CEREALI E MATERIE PRIME (1)

mercato infiammato

6.1 LATTIERO CASEARIO

Listini stabili su tutti i fronti

7.1 ITALIAN SOUNDING

Reggio Emilia chiede al Governo più tutela internazionale per il Parmigiano Reggiano

7.2 SPECIALE VINITALY

Torna a volare il mercato interno delle Cantine Lungarotti

8.1 EXPORT RUSSIA

Crollo dell'export verso la Russia

8.2 SPECIALE VINITALY

Bevitori alla guida tremate. L'autovelox si è montato l'alcoltest

9.01 SPECIALE VINITALY

Le idee stravaganti e qui il tasso alcolico non c'entra

10.1 LAVORO

Street Food, come "aprire" una cucina su 4 ruote

11.1 SPECIALE VINITALY

Le creazioni di luce che seducono i

Editoriale

Miracolo italiano: Expo 2015

L'avranno vinta i "gufi" o le migliaia di maestranze e tecnici che stanno turnando giorno e notte per consegnare al mondo l'efficienza italiana? Anche Hannover non debuttò nel migliore dei modi tanto da essere rimasto come simbolo negativo nell'albo delle esposizioni universali. E che dire dei mondiali di calcio del Brasile?

di Lamberto Colla - Parma, 29 marzo 2015 -

Trentatré giorni all'inaugurazione di Expo2015. Un count down inesorabile scandito dalle pillole, quasi quotidiane, del Commissario Giuseppe Sala sullo stato di avanzamento dei lavori. 4 o 5 i padiglioni in ritardo sul cronoprogramma, stando all'ultimo resoconto di giovedì scorso del Commissario. Un ritardo sul 70% delle opere stando a altre fonti di informazione.

Un gap troppo elevato anche in ragione del fatto che l'accesso ai cantieri è giustamente protetto. Chi ha avuto modo di osservare da vicino (una cinquantina di giornalisti sono stati invitati alla inaugurazione del padiglione di Intesa San Paolo) ha potuto constatare un diffuso ottimismo tra gli operatori che non può che far ben sperare nell'ennesimo miracolo italiano.

Un po' come la liquefazione del sangue di San Gennaro, il primo maggio si alzerà il sipario di EXPO2015 di Milano e il teatrino dedicato al cibo andrà in scena regolarmente per 6 mesi in barba ai gufi.

A meno 50 giorni, preso dalla curiosità, ho tentato un avvicinamento all'area espositiva, giusto per curiosare e annusare l'atmosfera. Non

nego di essere rimasto deluso, prima di tutto per la difficoltà di accesso.

Il traffico milanese non si può certamente considerare tra i più fluidi e le nuove infrastrutture sono ancora ben lontane dall'essere completate. Un esempio è il grande ponte ad arco progettato dagli architetti Antonio Citterio e Patricia Viel, difficile che possa essere



inaugurato per tempo. Per chi dovesse invece giungere con la metropolitana dovrebbe farsi una sgambinata di circa un chilometro per raggiungere l'ingresso.

L'impressione e tengo a precisare, solo una impressione, è stata di un cantiere ancora in alto mare ben diversa dalla reale constatazione che tutti possono apprezzare seguendo le evoluzioni del [Drone messo a disposizione da EXPO](#) (Expo 2015: Belvedere in città) e che settimanalmente, postato su youtube, aggiorna sullo stato d'avanzamento dei lavori.

Infine ben venga l'investimento

di quasi tre milioni di euro destinati a “pulire” il panorama, mimetizzare quanto ancora incompiuto e quello che rovinerebbe l'estetica. In fondo avremo ospiti importanti da tutto il mondo e sarebbe sconveniente e poco educato ospitarli nel disordine.

E allora via con le operazioni di **posa in opera, degli “External exhibition elements”, degli allestimenti delle quinte di camouflage, nonché dell'installazione dell'arredo urbano del Sito Espositivo.**

A questo punto, che siano 20 milioni o solo 15 milioni i visitatori, l'importante è aprire e dimostrare l'efficienza e la caparbietà della gente normale di questo piccolo grande paese.

La forza e la maestria di migliaia di anonimi che con il sudore e l'ingegno fanno fare gran belle figure a incapaci, spesso disonesti, rappresentanti delle istituzioni.

Per tutte queste belle persone che lavorano giorno e notte dobbiamo fare il tifo. E se l'Expo 2015 avrà successo sarà prevalentemente per merito loro che, in piccolo, rappresentano la maggioranza del Paese, quelle donne e uomini che con umiltà e in silenzio con orgoglio responsabilità portano avanti, in gravi difficoltà, le loro famiglie.

L'Italia c'è!

[Il volo del Drone del 13 marzo2015](#)



Speciale Vinitaly

Vinitaly 2015: un'ottima annata

Crescono i Buyer esteri provenienti da 140 paesi. 150.000 i visitatori, in crescita dalle regioni del far east del mondo.



Verona, 25 marzo 2015 – Tutto il mondo a Vinitaly, con operatori professionali da 140 Paesi, ben 20 in più rispetto al 2014. «Il risultato centra l'obiettivo che ci eravamo prefissati. Grazie all'aumento del 34% degli investimenti dedicati all'incoming e alla collaborazione con il Ministero dello Sviluppo economico, l'Agenzia-ICE e il Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, abbiamo aumentato la già alta partecipazione di buyer stranieri», ha affermato Ettore Riello, presidente di Veronafi.

In totale i visitatori sono stati circa 150mila, ma rispetto al passato c'è più Far East, con Thailandia, Vietnam, Singapore, Malesia. Crescono il Messico e anche l'Africa, con new entry interessanti come Camerun e Mozambico. Bene pure il Nord Africa, con la ripresa di Egitto, Tunisia e Marocco sia per il vino che per l'olio extravergine di oliva di Sol&Agrifood.

«I grandi mercati di Usa e Canada da soli rappresentano il 20% degli **oltre 55mila visitatori esteri**. L'area di lingua tedesca, Germania, Svizzera e Austria, si conferma la più importante con il 25% delle presenze, il Regno Unito è al terzo posto con il 10%, seguono in termini numerici i buyer dei Paesi Scandinavi e quelli del Benelux – ha detto Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafi –. Abbiamo registrato grande soddisfazione da parte degli espositori, per la capacità di Vinitaly di migliorare di anno in anno il numero di buyer esteri e la qualità dei visitatori, mantenendo alto il numero dei contatti, tanto che aziende private di grande rilevanza hanno già sottoscritto rinnovi triennali per le prossime edizioni».

Merito anche della nuova profilazione dei visitatori adottata quest'anno, con un ulteriore affinamento della selezione del target dei visitatori e con la registrazione di tutte le persone in ingresso: questo costituirà un data base di straordinario valore per le prossime iniziative di marketing e sviluppo internazionale.

Nella top ten dei Paesi, impressiona la crescita della Francia, che precede il Giappone, mentre Cina, Hong Kong e Taiwan si collocano

all'ottavo posto. La Russia, nona, è l'unica in controtendenza come conseguenza della difficile situazione geopolitica in atto. Chiude al decimo posto il Brasile.

Sono in aumento le presenze da altri Paesi dell'Unione Europea, in particolare da Polonia e Romania. Questo Vinitaly assiste anche al ritorno di un certo ottimismo per il mercato interno, con operatori interessati provenienti da tutta Italia, sia del canale horeca, sia della Gdo.

La manifestazione è stata seguita da oltre 2.600 giornalisti da 46 nazioni.



DICHIARAZIONI ESPOSITORI

Zonin 1821 – Domenico Zonin

«Un Vinitaly effervescente. Buono il mercato interno con la piccola ripresa dell'economia che sta dando i suoi frutti. Bene appuntamenti e presenza di buyer».

Mastroberardino - Piero Mastroberardino

«Tanta clientela business con una copertura completa dei mercati classici e al lunedì grande partecipazione di clientela business nazionale.

I numeri sono importanti e abbiamo meeting con operatori anche oggi che è l'ultimo giorno.

Abbiamo avuto contatti anche con operatori di mercati non maturi e in fase di sviluppo, che approcciano al vino con interesse. Siamo riusciti a presentare alcune nostre nuove iniziative innovative e a veicolare messaggi più raffinati che in passato».

Frescobaldi – Leonardo Frescobaldi

«Sento commenti positivi e, oltre a tanta soddisfazione, vedo l'ingresso di nuovi giovani produttori e questo è un bene. Noi siamo contenti soprattutto per la qualità dei visitatori, sempre più sensibili all'origine del vino. Buyer da tutto il mondo: Usa, Estremo Oriente, Europa, siamo soddisfatti».

Masi - Alessandra Boscaini

«Come sempre Vinitaly è un evento molto impegnativo. Abbiamo visto molti giornalisti, molti clienti italiani anche dal Sud Italia e questo fa certamente piacere. Molta affluenza dai mercati esteri nonostante Prowein prima e Vinexpo a giugno. Per noi è stato un bel Vinitaly, con molto interesse per i vini della Valpolicella e l'opportunità di celebrare il Campofiorin, il vino inventato da mio nonno cinquant'anni fa».

Banfi - Rodolfo Maralli, responsabile marketing e commerciale

«Abbiamo avuto una grandissima affluenza forse la migliore di sempre in termini qualitativi, compresa la domenica. La diversificazione di provenienza e questi numeri tutti gli anni sono un grande risultato di Vinitaly».

Umani Ronchi - Michele Berneti

«Vinitaly è la fiera dove c'è il focus del vino italiano e dove tutto il mondo converge. Sono per noi giorni importanti e di grande soddisfazione».

Biondi Santi – Tancredi Biondi Santi

«Abbiamo visto tanti importatori anche la domenica, mentre lunedì ci sono stati gli operatori della ristorazione. Si lavora tanto e abbiamo tante soddisfazioni da Paesi asiatici, da Cina, Stati Uniti e America Latina. È importante continuare così».

Ferrari – Camilla Lunelli

«Per quanto riguarda i buyer esteri il bilancio è positivo. Bene anche il mercato-Italia, con Gdo e ristoratori di alto livello. Ottima l'anteprima di OperaWine».

Tommasi – Dario Tommasi

«Vinitaly anche quest'anno si conferma l'appuntamento fondamentale per il mondo del vino. Molti i contatti utili, molto buona la presenza degli operatori italiani ed esteri, in particolare degli asiatici, segno che il vino italiano sta crescendo in modo interessante anche a Est. Abbiamo visto anche alcuni importatori africani, che sono passati dal nostro stand e con cui abbiamo accordi commerciali. La fiera è stata



pure una grande opportunità per lanciare il nuovo progetto di famiglia a Montalcino, con la recentissima acquisizione di Fattoria Casisano».

Marchesi di Barolo - Valentina Abbona

«In questo Vinitaly abbiamo avuto la conferma che, almeno per quanto riguarda il settore agroalimentare, quanto da tempo auspicato si sta rapidamente realizzando: un flusso continuo di operatori da ogni Paese del mondo. Australia, Malesia, Indonesia, Taiwan, Corea, Giappone, Kazakistan, Emirati e tanti altri: un interesse vero che coniuga cultura e passione con il business».

Antinori – Albiera Antinori

«Vinitaly è andato bene, con tanta gente e un buon mix tra italiani ed esteri».

DICHIARAZIONI BUYER ESTERI

Lory Polep, Vicepresidente Polep Distribution Services - USA

«Vinitaly è un'esperienza assolutamente interessante, ritengo che ci siano diversi momenti dedicati alla formazione sulla cultura del vino italiano ed è anche un'ottima occasione per incontrare le diverse figure professionali con le quali generalmente mi interfaccio in un unico luogo. Qui posso incontrare sia i produttori che i buyer. Un'opportunità di business davvero preziosa».

Marne Anderson, vicepresidente del Wine Sales For Star Distributors di Memphis, Tennessee USA

«Trovo che Vinitaly sia una fiera davvero spettacolare. È la mia prima volta qui e posso dire che la manifestazione si distingue per professionalità, design ed organizzazione. È una grande occasione per approfondire la conoscenza del vino italiano e soprattutto per assaporarlo in comodità e acquisirne la vera essenza. È un'occasione unica soprattutto per la formazione, attraverso di diversi seminari e per scoprire i piccoli produttori».

Paul Farrell – Dipartimento vini pregiati del Monopolo dell'Ontario

«Il mercato del vino in Ontario continua a crescere, in particolare il settore premium. I canadesi stanno modificando le proprie abitudini, da birra e alcolici verso il vino. Per questo si registra un continuo aumento del business del vino, e il vino italiano è sicuramente parte di

questa crescita. Soprattutto i vini rossi. I bianchi vanno molto bene ma sono limitati a un numero ristretto di varietà, mentre i rossi sono molto più diffusi in diverse regioni e tra i supplier. I vini toscani sono i più famosi tra i consumatori canadesi, seguiti dai vini veneti e dai piemontesi anche se negli ultimi tempi abbiamo visto un aumento dell'interesse verso i vini pugliesi.

È la mia prima volta a Vinitaly, sono stato invitato dalla Camera di Commercio Italiana dell'Ontario. Vinitaly offre la grande opportunità di avere la panoramica dell'intera produzione italiana. Ho potuto incontrare le persone chiave per il mio business con cui discutere delle strategie di crescita future, oltre alla possibilità di conoscere vini ancora sconosciuti in Ontario. È stata un'esperienza importante per comprendere le diversità delle varie regioni italiane e, anche grazie al confronto con altri buyer e operatori del settore, capire come l'industria si sta muovendo. Abbiamo trovato molti nuovi vini interessanti e creato contatti importanti».

Peter Lundgard Schmidt - Buyer dalla Danimarca

«Le domande del mercato danese relativamente al settore vitivinicolo sono indirizzate verso la ricerca di vini fruttati e poco corposi. È proprio nella produzione italiana che il nostro mercato trova la risposta ideale a queste esigenze. Ho frequentato diverse fiere dedicate al settore, ma è la mia prima volta a Vinitaly. Ho scelto di venire a Verona con la consapevolezza di trovare nuovi produttori ed occasioni di business molto interessanti».

Helene Hansen – Proprietaria Allwine, buyer dalla Svezia

«Sono a Vinitaly per consolidare i rapporti con alcuni produttori con cui c'è già un legame di business in essere e per trovare nuove e interessanti cantine da proporre al mercato svedese. In Svezia, la vendita dell'alcol è in mano al monopolio di Stato ed è consentita direttamente solo attraverso il canale horeca. Il consumatore finale, che desidera il vino italiano, può solo recarsi al monopolio, per cui il flusso vendita-acquisto non è del tutto semplice. Nonostante ciò, il vino italiano in Svezia, oltre a essere molto popolare, è anche molto richiesto».

Clinton Ang – Corner Stone, buyer da Singapore (il principale importatore dal sud-est asiatico)

«Il mercato del vino italiano a Singapore sta vivendo una stagione molto positiva. Il nostro Paese ha scoperto da poco il cibo italiano e le

qualità enogastronomiche dell'Italia intera. Tutte le regioni sanno offrire una produzione vitivinicola eccellente e in grado di rispondere a tutte le esigenze, nonché a sposare sapientemente qualsiasi pietanza».

La mia famiglia viene a Vinitaly da tre generazioni e per me è già il quinto anno. Solo qui troviamo tutti i produttori che ci interessano e riusciamo a fare business in modo efficiente e molto concentrato, è la fiera perfetta in questo senso ed ogni anno ci consente di stringere rapporti commerciali molto importanti.

Sono in questi giorni a Verona rappresentando circa 27 regioni del Sud-est asiatico da Singapore a Hong Kong: l'obiettivo che ci eravamo posti prima della partenza era quello di trovare un Prosecco che rispondesse a determinate caratteristiche. Non solo ho già trovato quello che cercavo, ma da questo incontro è nata una joint venture con l'azienda. Non posso che ritenermi soddisfatto».

Radhika Ganaphaty Ojha, delegato Veronafiere nel Sud-est asiatico

«Nel sud est asiatico c'è stato un aumento della quota italiana anche grazie all'apertura di numerosi ristoranti italiani. La conoscenza e la qualità del vino italiano è diffusa e spesso la richiesta di alcune etichette arriva direttamente dal consumatore. Abbiamo fatto un'indagine a tutto tondo, intervistando diversi player, dal settore ho.re.ca, ai ristoranti, ai consumatori e il feedback è stato unanime, sono tutti molto interessati al vino italiano».

Inizialmente, le delegazioni del sud-est asiatico presenti a Vinitaly erano quelle dei Paesi più sviluppati, Singapore, Thailandia e Malesia, ma negli ultimi anni la tendenza ha visto nuovi mercati emergenti interessati all'importazione, Brunei, Myanmar, Laos e Cambogia che in questo momento stanno investendo molto nel settore turistico e registrano una richiesta sempre più importante di vino italiano».

Riguardo al mercato coreano, dopo la firma dell'accordo bilaterale con l'Unione Europea abbiamo assistito a un aumento molto rapido del consumo di vino italiano. Per Taiwan, invece, sono necessarie azioni promozionali più intense per la diffusione del valore italiano».

Il canale di distribuzione ho.re.ca in questi mercati è decisamente quello trainante, anche se recentemente sono subentrati tra i player della filiera i negozi specializzati enogastronomici. Questo fenomeno ha introdotto un nuovo flusso di domanda-offerta. I negozi invitano i loro clienti-consumatori finali a degli eventi ad hoc ed

acquistano direttamente anche in quantità considerevoli. È un canale nuovo e interessante».

Wong Yin-How – Managing Director Vintry, buyer dalla Malesia

«Il mercato del vino in Malesia sta crescendo di circa del 10% e anche i vini italiani stanno guadagnando nuove quote di mercato. Per il momento i vini più venduti sono quelli toscani, ma ho scelto di venire a Vinitaly proprio per cercare nuove cantine che producano vini bianchi e freschi. Posso definirla sicuramente un'esperienza costruttiva, ho trovato produttori del Piemonte, Sicilia, Umbria e Campania, davvero molto interessanti. La mia permanenza in fiera non è ancora conclusa, sono certo che troverò anche altri produttori potenzialmente interessanti per il nostro mercato».

DICHIARAZIONI ISTITUZIONALI

Maurizio Martina, ministro delle Politiche agricole, agroalimentari e forestali

«Il settore vitivinicolo è un patrimonio fondamentale per l'Italia con oltre 14 miliardi di euro di fatturato e migliaia di aziende che rappresentano con passione, innovazione e professionalità la ricchezza dei nostri territori. Vogliamo aiutare queste esperienze a crescere, liberandole da lacci burocratici che le hanno appesantite in questi anni. In questi dodici mesi abbiamo messo in campo un'operazione di semplificazione che ha portato alla dematerializzazione di 64mila registri, al taglio di burocrazia inutile e che ha iniziato davvero a mettere la pubblica amministrazione al servizio delle aziende. Abbiamo anche approvato il tanto atteso decreto per i diritti d'impianto e siamo stati protagonisti del piano straordinario per l'internazionalizzazione che vedrà proprio l'agroalimentare al centro delle azioni».

Giuliano Poletti, ministro del Lavoro e delle Politiche sociali

«Vinitaly è una grande vetrina che consente a tutti di far vedere cosa succede in questo settore

e permette alle aziende di confrontarsi con i colleghi produttori».

Andrea Olivero, viceministro delle Politiche agricole, agroalimentari e forestali

«Questa edizione ha manifestato ancora più delle precedenti la grande voglia di internazionalizzazione del nostro Paese che nel settore del vino vede uno degli elementi di massima qualità. Qui abbiamo una straordinaria espressione di quell'Italia che vuole farsi conoscere nel mondo per eccellenza e innovazione. Per questo abbiamo dato il via ad un grande progetto per l'agroalimentare made in Italy, che coinvolge Mipaaf, Mise e Affari esteri, con anche un Piano Fiere finalmente strategico. Se vogliamo arrivare ai 50 miliardi di export in questo comparto, dobbiamo mettere in campo tutto questo».

Servizio Stampa Veronafiere





MERCATO CEREALI

Comincia a farsi sentire il peso dei raccolti sud americani.

Contrordine, il peso di raccolti sudamericani ha cominciato a fare sentire i suoi effetti. I timori di una guerra nella penisola araba potrebbero influenzare una ripresa del prezzo del petrolio.

(Mario Boggini e Virgilio)



Mercati internazionali

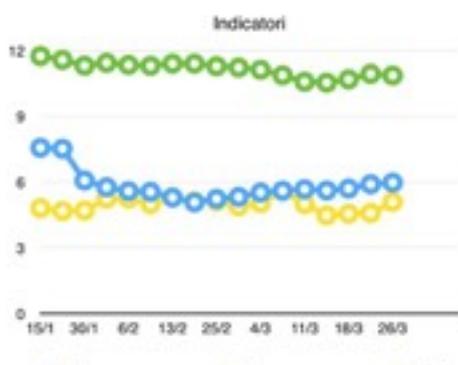
Comincia a farsi sentire il peso dei raccolti sud americani.

Contrordine, il peso di raccolti sudamericani ha cominciato a fare sentire i suoi effetti. I timori di una guerra nella penisola araba potrebbero influenzare una ripresa del prezzo del petrolio.

di Mario Boggini e Virgilio - Milano, 28 marzo 2015 -

Sono notevoli le difficoltà interpretative di questo mercato che, nel giro di poche ore, vira da fortemente positivo a fortemente negativo influenzato come è da variabili congiunturali. I segnali che indicavano consistenti aumenti registrati lo scorso venerdì si sono vaporizzati il martedì per virare al segno meno mercoledì e giovedì. Indubbiamente il peso dei raccolti sudamericani hanno cominciato a farsi sentire seppure le vendite del nord america rimangono consistenti. Il confronto tra le due ultime settimane è eloquente e giustificano la rallentata discesa di Chicago. 506.000 tonnellate di soia scambiate contro le 342.000 della precedente settimana, 224.000 tonnellate contro le 204.000 per la farina di soia. Una discesa che ha coinvolto anche il grano e il mais.

E' opinione degli operatori che la vera tendenza di mercato si potrà percepire dalla prossima seduta del USDA del 31 marzo prossimo.



Indicatori internazionali (28/3/2015)-

L'Indice dei **noli** è salito ancora a 598 punti. Il **petrolio** torna a salire e quota 51\$ al barile forse per effetto del rischio conflitto nella penisola arabica. Il **cambio** è a 1,0866 con tendenza.

Mercato interno - Sul fronte interno il mercato si è infiammato, dopo il +5€ è seguito un +3€ per il mais alla borsa di Bologna.

Da Ovest a Est si notano differenze di prezzo significative per il mais. Si parte da 142€/ton franco arrivo di Torino, per passare a 149€/Ton franco arrivo di

Milano, proseguendo a Verona ha registrato 152 franco partenza, quindi Mantova 154 franco partenza e Bologna 168 franco partenza.

Molto probabilmente, questa variabilità d'offerta, è condizionata dai premi o dalle penalizzazioni riguardo il rischio Don.

Il mais dunque è in forte tenuta trascinando con sé anche il grano mentre orzo e i cereali minori sono in fase di stacca se non addirittura di calo. Al momento prosegue la fase ascendente dei cruscamì ormai prossimi alla fase di rottura. In fase di ridimensionamento i proteici sui quali il mercato sta premiando - gennaio dicembre 2015 - tra i 65 e i 67 dollari alla tonnellata il che si traduce in una farina proteica sui 12 mesi a 378 €/ton in partenza dai porti di Ravenna e Venezia.

Il settore delle **bioenergie** adesso rincorre il mercato del mais.

Indicatori del 27 marzo 2015		
Noli*	€/€	Petrolio WTI \$/Barile
598	1,0866	51 \$/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) - mail@europroitalia.com - Valori indicativi senza impegno, soggetti a variazioni improvvise. Questa informativa non costituisce servizio di consulenza finanziaria ed espone soltanto indicazioni informative per aiutare le scelte del lettore, pertanto qualsiasi conseguenza sull'operatività basata su queste informative ricadono sul lettore.

EUROPRO srl - intermediazione granaglie e cereali - Milano

[Andalini Pasta dal 1936](#)

Andalini
pasta dal 1956

EXPORT

L'Europa deve difendere la qualità per competere sui mercati

Agricoltura - L'Assessore Caselli a Bruxelles all'iniziativa delle Regioni dei prodotti Dop e Igp e dell'ortofrutta: l'Europa deve difendere la qualità per competere sui mercati. L'Emilia-Romagna regione leader per numero di certificazioni.

(Fonte Regione Emilia Romagna)



DOP e certificazioni

L'Europa deve difendere la qualità per competere sui mercati

Agricoltura - L'Assessore Caselli a Bruxelles all'iniziativa delle Regioni dei prodotti Dop e Igp e dell'ortofrutta: l'Europa deve difendere la qualità per competere sui mercati. L'Emilia-Romagna regione leader per numero di certificazioni.

Bologna - "L'Emilia-Romagna è la regione europea con il più alto numero di prodotti Dop e Igp, ben 41. Prodotti che in tutto il mondo significano qualità, genuinità, rigorosi disciplinari di produzione. Ma tutta l'Europa vanta straordinarie produzioni tradizionali e a indicazione d'origine che vanno salvaguardate e valorizzate. Più qualità significa infatti più capacità di competere sui mercati globali, ma anche più salvaguardia del territorio rurale, del paesaggio, dell'ambiente. L'Europa deve lavorare compatta in questa direzione, a partire dalle trattative per il Transatlantic Trade and Investment Partnership (Ttip), il Trattato di libero scambio con gli Usa, che proprio in queste settimane sta entrando in una fase particolarmente importante." Lo ha detto oggi (25 marzo 2015 ndr) a Bruxelles **l'assessore all'agricoltura della Regione Emilia-Romagna Simona Caselli** durante l'incontro promosso dalle Regioni europee dei prodotti d'origine (Arepo) e dalle Regioni orticole, frutticole e floricole (Areflh). All'iniziativa ha partecipato il **Commissario europeo**



all'agricoltura Phil Hogan. Tra gli altri è intervenuto anche **Paolo De Castro, relatore permanente sul Ttip** per la Commissione agricoltura del Parlamento europeo.

Con **269 produzioni certificate su 1.249 iscritte nel registro Ue**, l'Italia si conferma il paese con il più alto numero di prodotti Dop e Igp e l'Emilia-Romagna con **41 referenze, leader tra le Regioni europee**. Prodotti che valgono per il nostro paese oltre **13 miliardi di euro** e tra i quali figurano veri e propri simboli del "Made in Italy" come il Parmigiano Reggiano, il Grana Padano e il Prosciutto di Parma.

Tra i problemi che frenano questo importante settore vi è senz'altro quello dell' **"Italian sounding"** che pesa per oltre 60 miliardi di euro. "Expo - ha concluso **Caselli** - sarà l'occasione per portare al centro del confronto internazionale il tema di un'agricoltura pienamente sostenibile sul piano economico, sociale e ambientale". Arepo, l'associazione delle Regioni europee con prodotti d'origine e Areflh, che riunisce le Regioni frutticole e orticole, insieme rappresentano 40 realtà regionali di 8 diversi Stati membri della Ue, per oltre il 50% delle Indicazioni Geografiche, il 45% dell'ortofrutta e il 70% dei fiori e delle piante prodotte in tutta l'Unione europea.

(Fonte Regione Emilia Romagna 25 marzo 2015)



MERCATO CEREALI

Materie prime, mercato infiammato.

Il rafforzamento del dollaro infiamma il mercato. Almeno questo sembra essere la principale motivazione plausibile

(Mario Boggini e Virgilio)



Mercati internazionali

Materie prime, mercato infiammato.

Il rafforzamento del dollaro infiamma il mercato. Almeno questo sembra essere la principale motivazione plausibile.

di Mario Boggini e Virgilio - Milano, 23 marzo 2015 -

le tendenze al rialzo dei prezzi delle materie prime già anticipate la scorsa settimana si sono confermate senza che, almeno apparentemente, si siano palesate condizioni che giustificano i forti rialzi registrati venerdì scorso al Cbot (Chicago Board). Al momento l'unica ragione plausibile sembra imputabile al rafforzamento della valuta statunitense nei confronti dell'euro (cambio 1,094).

Venerdì : 20 / 3 / 2015

CORN maggio 385,00 (+11,4) luglio 392,60 (+11,2)
GRANO maggio 530,00 (+18) luglio 533,60 (+18)
FARINA maggio 324,00 (+4,7) luglio 321,90 (+4,2)
SEMI maggio 973,60 (+12) luglio 978,00 (+11,2)
OLIO maggio 30,68 (+0,06) luglio 30,89 (+0,06)

Indicatori internazionali (20/3/2015)-

L'Indice dei **noli** è salito ancora di qualche punto raggiungendo i 591 punti. Il **petrolio** staziona a poco meno di 46\$ (45,90\$/bar) e il **cambio** è a 1,094.

Indicatori del 20 marzo 2015		
Noli*	€/€	Petrolio WTI \$/Barile
591	1,094	45,90 \$/bar

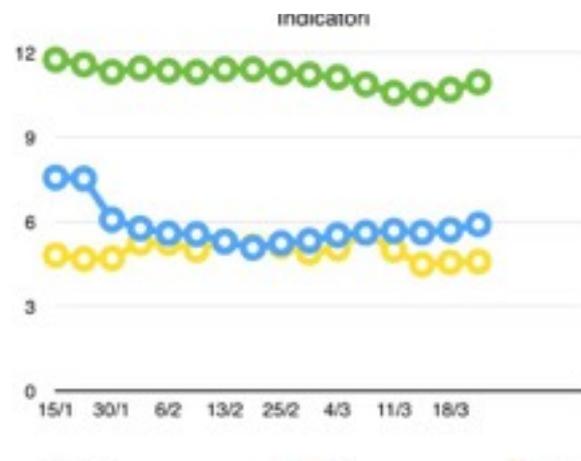
Mercato interno -

Sul fronte nazionale si è infiammato il mercato del mais che, a Bologna, ha chiuso con un +5 euro (165€/ton).

A rafforzare il clima di tensione la scarsità di farina di soia che contribuisce a sostenere le quotazioni di ravenna. Una combinazione di fattori che non lascia sperare per un imminente ridimensionamento delle quotazioni

A farne le spese è anche il mercato delle **Bionergie** soprattutto per coloro che non hanno operato adeguate coperture nei mesi scorsi.

Una bolla di rincari che a fronte dei ridotti consumi e dei limitati scambi non trova giustificazione e riesce perciò difficile prevederla la durata.



(*) **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) - mail@europroitalia.com - 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.

EUROPRO srl - intermediazione granaglie e cereali - Milano

[Andalini Pasta dal 1936](#)

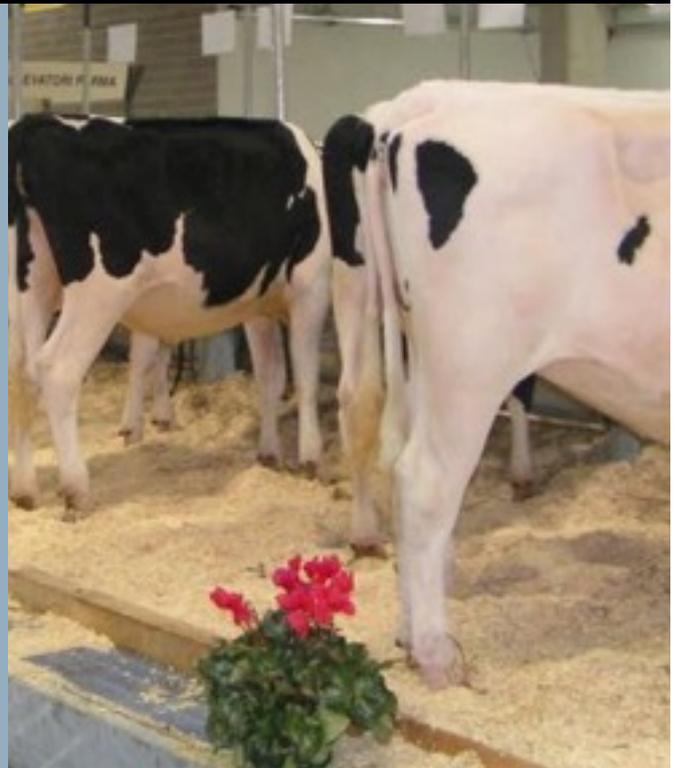
Andalini
pasta dal 1936

LATTIERO CASEARIO

Listini stabili su tutti i fronti

A Milano cede leggermente solo la crema a uso alimentare.

(Virgilio - CLAL)



Lattiero Caseario

Listini stabili su tutti i fronti

A Milano cede leggermente solo la crema a uso alimentare.

di Virgilio, 25 marzo 2015 -

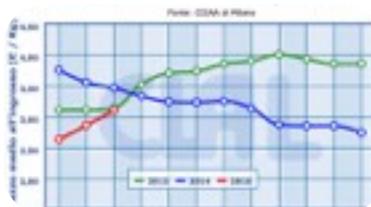


LATTE SPOT Il debole rimbalzo registrato nella scorsa settimana non ha avuto seguito nella tredicesima dell'anno. Alla borsa merci di Verona sono stati confermati i prezzi sia del latte crudo spot nazionale (36,90-37,12€/100 litri di latte), sia del latte intero spot pastorizzato di provenienza estera (33,51 e 34,54€/100 litri di latte).

BURRO E PANNA

Per la terza settimana consecutiva i listini del burro si mantengono saldi alla quotazione del 2 marzo scorso. Nello specifico il burro CEE replica i 3,10€/kg, 3,30€/kg per il burro di centrifuga, 2,30€/kg per il pastorizzato e 2,10 per lo zangolato.

Fermo a 1,70€/kg anche il burro zangolato quotato a Parma.



Ha ripreso, invece, a retrocedere il listino della crema a uso alimentare cedendo sulla piazza di milano 4 centesimi (1,62 €/kg). Tra 1,60 e 1,65€/kg la panna a uso alimentare veronese che, al contrario, ha mantenuto le quotazioni della precedente ottava.



GRANA PADANO

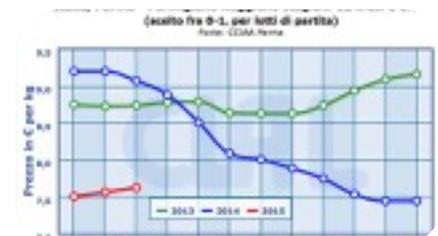
Listini ancora perfettamente in linea con le quotazioni delle precedenti settimane. Nessuna variazione registrata alla borsa Milano. Tra 6,35 e

6,45€/kg il prezzo all'ingrosso del 9 mesi di stagionatura e tra 7,05 e 7,70€/kg l'intervallo di prezzo relativamente al 15 mesi e oltre di stagionatura.

PARMIGIANO REGGIANO

Sono 15 i centesimi recuperati dal Parmigiano Reggiano "fresco" da inizio

d'anno. I listini della prestigiosa DOP, nella 12esima settimana, si sono perciò arrestati tra 7,45 e 7,85 €/kg relativamente al 12 mesi di stagionatura. Stabili, da otto settimane i listini del "parmigiano" di 24 mesi d'invecchiamento che conferma le quotazioni comprese tra 8,75 e 9,10€/kg.



Italian sounding

Reggio Emilia chiede al Governo più tutela internazionale per il Parmigiano Reggiano

Alessio Mammi ha espresso il proprio compiacimento per l'operazione del **Nucleo antifrode dei carabinieri** che l'altro giorno hanno perquisito una quindicina tra caseifici e magazzini a caccia di Parmigiano-Reggiano contraffatto.

Reggio Emilia 26 marzo 2015 -

La provincia di Reggio Emilia ha approvato oggi pomeriggio all'unanimità un ordine del giorno, presentato dal gruppo Terre reggiane - illustrato in aula dal capogruppo **Giuseppe Pagliani** ed emendato dal consigliere delegato all'Agricoltura **Alessio Mammi** -, sul fenomeno delle tante imitazioni di Parmigiano-Reggiano confezionate all'estero.

Il documento impegna la Provincia di Reggio Emilia a richiedere "al Governo Italiano di inserire, [nell'ambito dei negoziati per un accordo Ue-Usa riguardanti il partenariato transatlantico su commercio e investimenti](#), clausole precise volte a perseguire efficacemente la contraffazione, in particolare quella dei prodotti alimentare, anche attraverso misure di protezione che impediscano - ad esempio nel settore alimentare - ad un casaro americano di fregiare i loro formaggi con denominazioni che richiamano in maniera sfacciata il formaggio di casa nostra; al Ministro delle Politiche agricole di ricorrere in modo sistematico a livello europeo - non appena vi siano le condizioni - al meccanismo di tutela ex officio delle

Speciale Vinitaly

Torna a volare il mercato interno delle Cantine Lungarotti

Bene l'Europa, giù la Russia. L'azienda di Torgiano (PG) cresce in doppia cifra sul mercato interno e conferma il trend positivo sulle importanti piazze di Germania (+8%), Danimarca, Giappone e Stati Uniti. -

Verona, 24 marzo 2015 -

Cambia la geografia delle vendite delle Cantine Lungarotti e migliora la performance del vino bandiera dell'azienda: il Rubesco. È la sintesi 2014 dell'azienda di Torgiano (PG) che cresce in doppia cifra sul mercato interno (+10% in valore contro +3,6% del 2013) e conferma il trend positivo sulle importanti piazze di Germania(+8%), Danimarca, Giappone e Stati Uniti. Ma la buona annata è segnata soprattutto dalla performance del Rubesco, che si attesta a circa il 20% delle vendite italiane, sbanca in



produzioni agroalimentari di qualità di denominazione di origine protetta e indicazione geografica protetta; alle competenti autorità d'implementare l'attività di lotta alla contraffazione sul web dei prodotti italiani, a partire dal Parmigiano Reggiano e dal Grana Padano, anche attraverso l'auspicabile collaborazione di alcuni grandi player dell'e-commerce; al Consorzio di tutela di potenziare le attività di controllo, in Italia e all'estero, per contrastare ogni forma di contraffazione, garantendo l'eccellenza e la qualità del prodotto e la sicurezza dei consumatori".

Nel corso del dibattito, lo stesso consigliere delegato Alessio Mammi ha espresso il proprio compiacimento per l'operazione del **Nucleo antifrode dei carabinieri** che l'altro giorno hanno perquisito una quindicina tra caseifici e magazzini a caccia di Parmigiano-Reggiano contraffatto. "Le attività di verifica sul rispetto da parte dei produttori

dell'intero percorso di qualità che contraddistingue il re dei formaggi sono fondamentali per tutelare questo vero e proprio gioiello agroalimentare del Made in Italy che rappresenta in tutto il mondo non solo una nostra tradizione, ma un'eccellenza in termini di qualità e sicurezza alimentare - ha tra l'altro detto Mammi - Purtroppo, come la cronaca di questi giorni conferma, non solo all'estero non si rispettano le regole del gioco: ben vengano, dunque, i controlli di carabinieri e magistratura a difesa non solo della qualità del Parmigiano-Reggiano, ma anche dei tanti produttori che, con grande fatica specie in questo periodo di crisi, si impegnano per creare ogni giorno un prodotto di eccellenza. Per contrastare le imitazioni, bisognerà comunque anche migliorare la commercializzazione del nostro prodotto, essere più presenti sui mercati esteri per far conoscere e apprezzare la qualità di un formaggio che davvero non può essere imitato".



Danimarca (80% delle vendite Lungarotti) e vola in Francia, con un +35% sull'anno precedente. Bene anche i numeri del Rubesco Riserva Vigna Monticchio che, se da una parte sconta non poco la crisi russa, dall'altra guadagna in 2 mercati chiave: Germania (+8%) e Danimarca (+36%).

"La Russia - ha detto l'amministratore unico, Chiara Lungarotti - era e resta un mercato importante per il nostro vino di punta, perciò speriamo che l'impasse congiunturale possa risolversi in breve tempo. Detto questo, siamo tornati indoppia cifra sul mercato interno e questo è un fondamento importante, raggiunto

anche grazie al successo del nuovo progetto territoriale denominato "L'U", nella versione Rosso a base di Sangiovese e Merlot e in quella di Bianco, ottenuto da uve Vermentino e Chardonnay".

Complessivamente i vini delle Cantine Giorgio Lungarotti - esportati in 50 Paesi - presentano 28 etichette (2,4mln di bottiglie all'anno) prodotte nei 250 ettari delle tenute di Torgiano e Montefalco. L'azienda è attiva su tutta la filiera del vino e dell'agroalimentare, con produzioni di olio, condimento balsamico e confetture. Particolare impegno del gruppo anche in campo turistico-culturale, con la Fondazione Lungarotti e i suoi Musei dell'Olio e del Vino (definito "il migliore in Italia" dal NY Times), il resort Le Tre Vaselle - un relais di lusso con Spa dedicata alla vinoterapia - e i 12 appartamenti dell'agriturismo Poggio alle vigne. Nel suo complesso il gruppo ha realizzato un fatturato di 11,4 milioni di euro.

(Fonte: Ufficio Stampa Gruppo Lungarotti)

Crollo dell'export verso la Russia

Le esportazioni di prodotti Made in Italy in Russia sono crollate del 29 per cento nel mese di febbraio, per una perdita di circa 236 milioni di euro.

Roma 25 marzo 2015 - E' quanto emerge da una analisi della **Coldiretti sulla base dei dati Istat sul commercio extra Ue**. Dai dati è evidente - precisa la Coldiretti - che le tensioni politiche hanno avuto riflessi anche sugli scambi non colpiti direttamente dall'embargo, ma particolarmente significativi per l'Italia. Resta pesante - sottolinea la Coldiretti - il bilancio per i prodotti interessati direttamente dal blocco scattato dal 7 agosto che ha sancito il divieto all'ingresso di una lista di prodotti agroalimentari che comprende frutta e verdura, formaggi, carne e salumi, ma anche pesce.

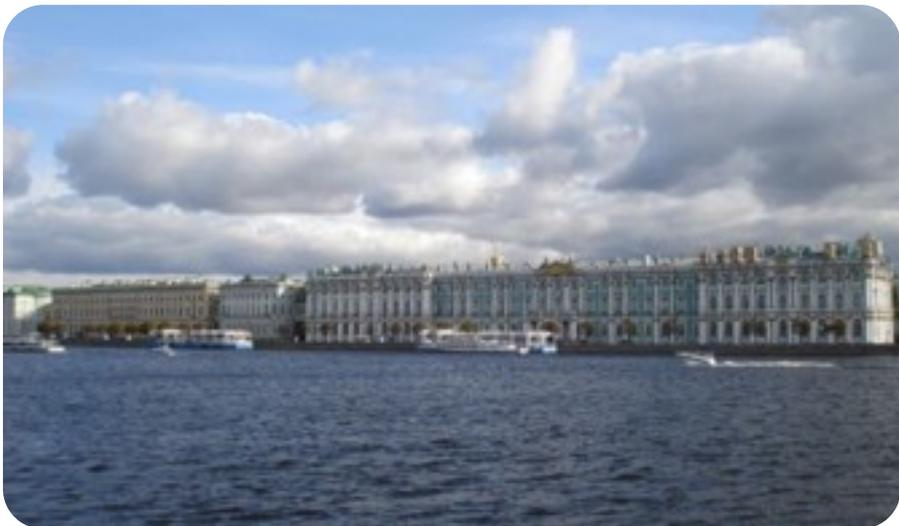
Ai danni diretti - evidenzia la Coldiretti - vanno aggiunti quelli indiretti determinati dalla diffusione **sul mercato russo di imitazioni low cost dei prodotti italiani** che rischiano di scalfire l'immagine dei prodotti originali nel tempo, dal

parmigiano al provolone, dalla mozzarella al salame. Lo stop alle importazioni di frutta, verdura, salumi e formaggi dall'Italia ha infatti provocato in Russia - ricorda la Coldiretti - un vero boom nella produzione locale di prodotti Made in Italy taroccati, dal salame Italia alla mozzarella "Casa Italia", dall'insalata "Buona Italia" alla Robiola Unagrande, ma anche la mortadella Milano o il parmigiano Pirapacchi tutti rigorosamente realizzati

Paese di Putin.

Solo nel 2014, tra embargo e tensioni politiche, l'Italia - conclude la Coldiretti - ha perso oltre 1,25 miliardi di export in Russia, con un crollo dell'11,6 per cento rispetto all'anno precedente.

n e l



Speciale Vinitaly

Bevitori alla guida tremate. L'autovelox si è montato l'alcoltest

49° Vinitaly. Bere con consapevolezza e per stare bene. Per questo il sistema al laser per scovare i guidatori ubriachi senza fermarli per l'alcoltest è stato presentato a Veronafiere in questi giorni. -

Parma, 25 marzo 2015 - di Alessandra Ardito -

Sembra fantascienza ma diventerà realtà: l'autovelox al laser per beccare 'al volo' conducenti in stato di ebbrezza convince anche al **Vinitaly**.

L'invenzione è stata messa a punto da tre ricercatori della Military University of Technology di Varsavia che hanno progettato un'apparecchiatura in grado di rilevare, **oltre alla velocità, anche il tasso alcolico**. Il sistema si serve di un laser che attraversa l'abitacolo della vettura e calcola la densità delle molecole d'alcol emesse dai polmoni del conducente (www.wat.edu.pl).

Se il macchinario ha una sensibilità molto elevata - è capace di riconoscere una concentrazione di alcol anche **solo dello 0,1 per mille** - pare, però, che ci siano ancora diversi accorgimenti da prendere. Uno tra tutti, il calcolo sulle molecole



alcoliche riguarda l'intero abitato dell'auto che, però, oltre a guidatore, può ospitare anche altri passeggeri.

Dettagli a parte, c'è poco da scherzare: la campagna europea contro l'abuso di alcol non si arresta.

Secondo quanto riportato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità, l'alcol provoca circa **2 milioni e mezzo di decessi** l'anno ed è la prima causa di morte tra i giovani fino a 24 anni, compresi i decessi causati dagli incidenti stradali sotto effetto di alcolici.

In questo modo, in futuro, le forze dell'ordine, anziché fermare gli autoveicoli e sottoporre i conducenti al test dell'etilometro, potrebbero limitarsi ad utilizzare questo nuovo autovelox, come già avviene per calcolare la velocità. Tale controllo è possibile su veicoli in movimento grazie alla spettroscopia, una tecnica che ha permesso di studiare la composizione del sole.

La **pericolosità dell'alcol** risiede nel suo status di sostanza legale, socialmente e culturalmente accettata. La Ricerca Minerva, contenuta nella "**Relazione Annuale sullo stato delle tossicodipendenze nei Servizi erogati dall'Agenzia Capitolina sulle Tossicodipendenze, edizione 2013**", mostra che, in media, il primo contatto con le bevande alcoliche avviene nella fascia d'età compresa tra i 12 e i 13 anni. Particolarmente preoccupante risulta il fenomeno del "**Binge Drinking**", ovvero l'assunzione consecutiva di cinque o più drinks per gli uomini e di quattro o più drinks per le donne, al solo scopo di bere fino ad ubriacarsi. Questo fenomeno è cresciuto notevolmente, soprattutto nella fascia di età compresa tra i **17-18 anni (42,9%)**. All'interno del gruppo dei consumatori di alcolici, 4413 persone su un campione totale di 6498 partecipanti, quasi la metà (49,6%), ha ammesso di essersi ubriacato almeno una volta nella vita.

Resta dunque il fatto che il problema della guida in stato di ebbrezza o sotto l'effetto di droghe è un problema **più di natura preventiva e di educazione stradale che di controlli a posteriori**.

Le idee stravaganti e qui il tasso alcolico non c'entra

Curiosando nei padiglioni di Vinitaly, tra 576.000 vuoti di bottiglie stappate e inventori di wine addicted...-

Parma, 25 marzo 2015 - di Alessandra Ardito - in galleria tutte le foto di Vinitaly -

Non sono il risultato indotto da un culto bacchico globale, come potrebbe apparire visto le ben 576.000 bottiglie stappate al **Vinitaly**, bensì le idee bizzarre proposte a Veronafiere sono il frutto di attenta ricerca e lungo studio.

In fondo, hanno una loro ragione d'essere e, sicuramente, hanno destato **tantissima curiosità**.



Eccone dieci, quelle che ci sono apparse le più originali.

1) **Perché nel vino ci sono anche sostanze di origine animale?** Se è vero che i vini biologici e artigianali sono ormai diventati "normali", ci pensano i primi produttori di vini **vegan** a fare notizia. Si tratta di vini ottenuti senza sostanze di origine animale, proposti a Vinitaly da **35 cantine**, destinati a una nicchia di mercato di **800.000 vegani** in Italia, ma che possono interessare 4 milioni di vegetariani.

2) **Dormire in una botte – non di ferro, per carità!** – deve essere davvero rassicurante...l'esperienza si può fare in una barrique abitale, una micro-suite con tutti i comfort e gli optional, per trascorrere una notte tra i filari dentro una botte (www.alberiecase.it).



3) **...e la bottiglia di Pinocchio...**Restando in tema, c'è anche la barrique in bottiglia, la "Pinocchio Barrique Bottle", una bottiglia in legno di quercia per replicare gli effetti dell'invecchiamento in botte direttamente a casa; il progetto è in cerca di finanziamenti su **Kickstarter**"; www.kickstarter.com

4) **L'autovelox 'bastardo'**. Dal sogno degli eno appassionati a quello dei tutori della sicurezza, la Military University of Technology di Varsavia ha progettato un autovelox che misura anche il tasso alcolico, con un laser che attraversa l'abitacolo della vettura e calcola la densità delle molecole d'alcol emesse dai polmoni del conducente (www.wat.edu.pl).

5) **Il carretto passava e quell'uomo gridava....**A riportare il vino in strada tra la gente, invece, è un **food truck** che è possibile incontrare per lo più ad eventi di street food in Italia, ribattezzato "Car-à-vin Street Wine". Si tratta di un wine bar itinerante su quattro ruote che offre in degustazione etichette di qualità a prezzi contenuti (www.coravin.it).



6) **Reality in più reality in meno...**A proposito di popolarità, se in Usa i talent show enoici sono già da tempo realtà (www.winewarriors.com), in Italia anche una emittente nazionale ne ha in mente uno per aspiranti sommelier dal titolo "Un'ottima annata".

7) **Perché anche l'uva necessita di crema solare.** Arriva invece dall'Australia la crema solare per acini d'uva. Nella Tyrrell's Wines (www.tyrrells.com.au), nella Hunter Valley, quando il sole picchia più forte, i grappoli vengono ricoperti con uno strato di caolinite capace di

assorbire i raggi Uv, per evitare che le uve scottino.

8) **Per i malati di eno-accessori:** da aggiungere alla propria collezione c'è "Horn", il primo decanter musicale al mondo, che è anche uno strumento sonoro. Per mescolare senza stappare la bottiglia c'è invece Coravin, l'innovativo sistema che oltre a non togliere il tappo preserva l'invecchiamento del vino che rimane in bottiglia. Ed è possibile vederload Enolitech, il Salone delle attrezzature per la filiera vinicola e olearia che si svolge in contemporanea con Vinitaly.



9) **Tra una bollicina e un bordeaux giochiamo** "Monopoly de la France viticole". Vera novità per autentici wine lover ti fa essere proprietari virtuali di vigneti nientemeno che in Francia, dalla Champagne a Bordeaux, dalla Borgogna alla Valle du Rhône.

10) **L'abito diVino.** Due, invece, gli oggetti cult da indossare: la camicia di jeans tinta con il vino della firma Robert Mondavi Winery, azienda leader della Napa Valley (www.robertmondaviwinery.com), e gli occhiali da sole in legno di barrique esauste, in cui sono stati affinati Franciacorta e Brunello, e che ricordano la montatura (www.barriqueeyewear.it). Da abbinare con le francesine tinte a mano con vinacce e invecchiate limited edition, nessuna uguale all'altra confezionate con una Magnum di Guado al Tasso 2011 di Marchesi Antinori.



Curiosità

Street Food, come "aprire" una cucina su 4 ruote

Se ami il cibo e vuoi aprire un food truck lo puoi fare in poche mosse. In barba alla burocrazia delle autorizzazioni. Ecco tutto quello che serve.

Il lavoro non si trova? E' l'epoca fortunata dello street food e quindi perché non aprire una cucina su quattro ruote?

Di Alessandra Ardito - Parma 23 marzo 2015 - Basta qualcosa che assomigli a un mezzo a quattro ruote, che sia, naturalmente, abbastanza capiente. Non importa che sia nuovo di pacca. Tipo un'ape, un carretto o un rimorchio, se proprio non c'è di meglio. E poi lo si deve allestire con i classici pezzi di una cucina. Infine, bisogna studiare le rifiniture con un **tocco di personalità**: una rimodellata alla carrozzeria, una vericiatina, qualche applicazione, secondo l'idea che richiama il marchio.

Ecco che prende forma il veicolo speciale per il cibo da strada. Chef e non chef sono pronti a mettersi in gioco per le vie delle città. Nel mondo, sempre di più, dagli aperitivi al dessert, dal cibo poco costoso, etnico o tradizionale, molti professionisti del gusto offrono prelibatezze, all'ora della pausa pranzo o dello snack pomeridiano. E in effetti, già da tempo, stanno spopolando e dettano questa nuova moda del mangiare al volo anche agli italiani.

Chef stellati a 4 ruote hanno inaugurato la stagione fortunata del cibo al volo.

Basta fare un giro nelle piazze principali d'Italia per apprezzare questa tendenza. Sono già scesi da mesi in strada, a dare l'esempio, gli stellati: Mario Uliassi con la Uliassistreetgood gang prepara nella sua cucina mobile panini e porchetta, ali di pollo piccanti e dolci, trippa del canaparo, spuma di tirami su a 6 euro. L'Ape Romeo di Cristina Bowerman propone a Roma, in zona Prati, pizza e mortadella artigianale, ciabattina con coppa di testa cotta, panino di pastrami. Martini e Aperol sono in strada a Milano per gli aperitivi, con tanto di postazione dj. Nella Capitale imperversa Pizza e Mortazza (il mezzo è rosa a pois) e Mozao (tigelle e gnocco fritto). L'Ape Scottadito fa tappa ad Ascoli



Piceno, la Toraia a Firenze è specializzata in hamburger di chianina, mentre un pulmino Wolkswagen del '67 è la location vintage di Farinel on the road, per miasse e panini ruspanti.

Volete aprire un food truck? Tra budget e burocrazia, si fa così

Se siete dei neofiti, per prima cosa fissate il budget, sapendo che l'allestimento di un mezzo certificato varia dai 20.000 ai 40.000 euro. Per un equipaggiamento di un veicolo bisogna avere chiaro in mente cosa, come e dove vendere. In Italia la burocrazia non aiuta: i food truck sono regolati dal "commercio al dettaglio su area pubblica", ovvero strade, canali, piazze, comprese quelle di proprietà privata gravate da servitù di pubblico passaggio. Anche ogni altra area di qualunque natura destinata ad uso pubblico. Si tratta di commercio ambulante (disciplinato dal Decreto Legislativo n. 114 del 31 Marzo 1998 (artt. 27-30) Riforma Bersani) che può essere esercitato esclusivamente da persone fisiche o da società di persone.

Requisiti e autorizzazioni per ditte individuali e società

Per ottenere le autorizzazioni bisogna essere in possesso dei requisiti soggettivi (anche morali, art 71 - commi da 1 a 5) previsti dalle norme legislative in materia, e dai requisiti oggettivi, a seconda del tipo di commercio che si desidera effettuare.

Per le ditte individuali è richiesta iscrizione al Rec, dimostrando la frequenza di un corso riconosciuto dalla Regione. E' sufficiente anche provare di aver esercitato per 2 anni, nell'ultimo quinquennio, analoga attività, in qualità di titolare, socio, dipendente qualificato o collaboratore. In alternativa, basta il diploma di scuola alberghiera o titoli di studio attinenti.

Per le società (ammesse solo di persone, in nome collettivo, in accomandita semplice) serve indicare un preposto che abbia i requisiti professionali.

Ambulanti o itineranti?

La licenza di tipo "A" è per il commercio ambulante con posteggio fisso: è concessa per un preciso giorno in un specifico mercato o fiera. Semestralmente (tra marzo-aprile e settembre-ottobre) la Regione pubblica sul Bur l'elenco dei posteggi liberi di ogni Comune.

L'autorizzazione viene rilasciata dal municipio in cui si svolgerà l'attività, insieme al contratto di

concessione del posteggio. Tale autorizzazione consente anche la vendita in forma itinerante nell'ambito della Regione e la partecipazione alle fiere in tutto il territorio nazionale. Nei Comuni sprovvisti di posteggio, si può ottenere la licenza subentrando nell'autorizzazione con atto notarile di cessione di azienda o di ramo di azienda o tramite scrittura privata legalizzata da un notaio. Il commercio ambulante in forma itinerante, invece, prevede la licenza di tipo "B": viene rilasciata, su richiesta dell'interessato, con lettera raccomandata, dal Comune di residenza e consente il commercio in tutto il territorio nazionale, comprese fiere e mercati, limitatamente ai posteggi non assegnati o provvisoriamente non occupati per assenza dei titolari. Si svolge con mezzi mobili e con soste limitate a 120 minuti. Abilita anche alla vendita al domicilio del consumatore.

L'autorizzazione del Comune è sempre gratuita. Per info più approfondite su concessioni di posteggi o trasferimenti rivolgersi al municipio in cui si intende avviare l'attività.

Autorizzazione igienico-sanitaria e immatricolazione

I veicoli utilizzati per la vendita dei prodotti alimentari devono rispondere anche ai requisiti indicati dal Ministero della Sanità. La Asl rilascia l'autorizzazione sanitaria. I mezzi sono immatricolati secondo il codice della strada come veicoli speciali per uso negozio.

Ottenuta l'autorizzazione amministrativa e sanitaria, basterà richiedere l'apertura della Partita IVA all'Agenzia delle Entrate, aprire una posizione presso Inps e Inail e procedere all'iscrizione alla Camera di Commercio.

Per semplificare le procedure, può essere utile consultare il sito sui servizi per la Comunicazione Unica: <http://www.registroimprese.camcom.it>.

Speciale Vinitaly

Le creazioni di luce che seducono i wine blogger

La promessa del design italiano, Nicola Azzaro, si fa conoscere al Vip Lounge del Vinitaly.

La Fiera di Verona porta bene a Azzaro Design. I primi prototipi esposti all'ultima edizione di "Abitare il Tempo" hanno riscosso interesse internazionale e in questi giorni le lampade arredano il Vip Lounge di Vinitaly.

Parma, 22 marzo 2015 - Che sia languida, soffusa, dirompente, naturale o artificiale la luce è quella che fa l'atmosfera. E niente è più invitante di uno spazio di luce che ti induce a fermarti, a sederti, rilassarti, mentre magari sorseggi un calice di vino.

Ed è proprio quest'atmosfera piacevole che si percepisce al **Vinitaly**. Nell'area **vip lounge/blogger** il vino si sposa meravigliosamente con il calore dello spazio creato dai punti di luce di un giovane interior designer, **Nicola Azzaro**.

Che farà presto parlar di sé è sicuro. Perché il padre di **Azzaro Design** ci mette l'anima per plasmare le sue 'creature' che sono pezzi unici e personalizzabili, fatti di materiali diversi e pregiati. Roba rara in un mondo in cui ogni espressione dell'uomo deve essere omologata, appiattita, prodotta in serie. La sua prima importante soddisfazione quest'azienda parmigiana l'ha avuta progettando e realizzando prototipi di lampade di design a led presentati alla Fiera internazionale di Verona, "**Abitare il tempo**" (unita alla "Marmomacc"), durante la quale ha riscontrato un enorme interesse soprattutto a livello internazionale.

L'unicità delle piccole opere di artigianato italiano è stata già apprezzata all'estero, in Russia

Ismea

Ismea, più 0,4% i prezzi agricoli a febbraio

+1,5% sul 2014.

Roma, 24 marzo 2015

Crescono a febbraio i prezzi in campagna, ma solo grazie al contributo delle coltivazioni vegetali. È quanto rileva l'Ismea sulla base dell'indice dei prezzi agricoli che si è attestato nel mese in esame a 116,7 (base 2010=100), facendo registrare un incremento dello 0,4% su gennaio e dell'1,5% su febbraio 2014.

e negli Stati Uniti, soprattutto, dove la richiesta del 100% **made in italy** è una scelta rigorosa. E,



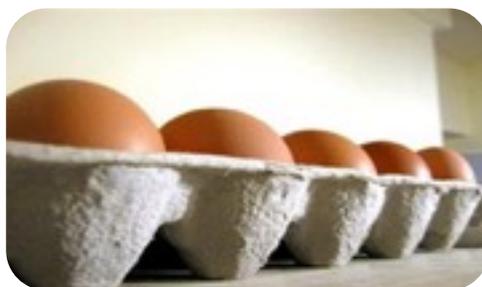
infatti, il talentuoso Nicola si rivolge anche ad altri paesi, dove continua a non passare inosservato.

Attualmente le preziose lampade in commercio sono tre: **Clepsy Design, Clepsy Icon e Soul Light**. Clessidre luminose, morbide



nelle linee e dai materiali pregiati, le prime due; una sfera, come se fosse una luna piena, una 'luce dell'anima' appunto, la terza.

"In particolar modo - **spiega Azzaro** -, la Clepsy Design e' stata iscritta ad '**Adi Index2015**' tramite la quale potrà partecipare al '**Compasso d'oro 2016**'. Ma sono in procinto di essere prototipizzati anche altri modelli di lampade (da terra e da sospensione) che saranno caratterizzati anche dalla particolarità di **coinvolgere persino altri sensi** umani quale l'olfatto".



A sostenere l'incremento mensile dei prezzi nel comparto vegetale (+2,1%), sottolinea l'Ismea, gli aumenti della frutta (+8,8%), degli olii di oliva (+3,2% su gennaio) e dei semi di soia (+3,1%). Calano al contrario i prezzi dei cereali (-2,7%), in

Nicola ora approda al **Vinitaly** per illuminare l'area **Vip Lounge/Blogger**. "Un'occasione importante per accrescere in **visibilità internazionale** in ambito elitario e potrebbe essere un tramite per essere presente anche ad **Expo2015** - racconta con entusiasmo -. Proprio da fine marzo cominceranno diversi b2b con professionisti internazionali del settore organizzati da Verona fiere durante i quali spero di riuscire a farmi conoscere ed apprezzare".

Il connubio con l'arte e' in fase di sviluppo perché il designer vuole crescere, tentare nuove sperimentazioni. Lo dimostra un primo tentativo di collaborazione con un altro giovane e promettente pittore: i suoi quadri vengono trasformati, grazie al sapiente uso dell'illuminazione del progettista, in lampade da parete vere e proprie.

Ma il **lighting design e' solo un punto di partenza** ed il bisogno di creare andrà coinvolgere più settori, tra questi l'ottica: "**occhiali da sole** artigianali - dice Azzaro -, partendo da un materiale nuovo e composto appositamente per dare già in partenza **originalità** ad ogni singola montatura (senza bisogno di ulteriori decorazioni) oltre che ovviamente una forma del tutto atipica ed innovativa".

Curiosi di vedere fin dove si spingerà la creatività di questo appassionato artista della luce?

Per maggiori informazioni:

Ufficio Stampa - Azzaro Design - <http://www.azzarodesign.it>

lamberto colla - 335 7514511

info@nuovaeditoriale.net

un mercato al momento condizionato dalla forte pressione dei frumenti canadesi, e si registrano correzioni al ribasso per i listini orticoli (-0,8%) e vinicoli (-0,5%).

Sul versante della zootecnia, che cede nel complesso l'1,2% su gennaio, si segnala un ulteriore indebolimento per il bestiame vivo (-2,7%), con riduzioni comprese tra il meno 18,2% dei conigli e il meno 0,9% dei suini. Unica voce in controtendenza i bovini, che spuntano un mezzo punto percentuale su base mensile. Per il lattiero caseari, febbraio chiude con un mini rimbalzo dello 0,6%, grazie al recupero mensile del burro (+8,6%), e ad una leggera ripresa delle quotazioni dei formaggi grana (+0,7%). Le uova, al contrario, proseguono su un crinale discendente (-1,6%).

(Fonte [Ismea servizi](#) 24 marzo 2015)

Speciale Vinitaly

Inaugurato il 49° Vinitaly con il Ministro Martina e una grandissima affluenza di pubblico.

Maurizio Martina elogia il lavoro svolto da Vinitaly anche in relazione a EXPO 2015.

di Virgilio

Verona, 23 marzo 2015 - -

Alla vigilia di EXPO2015, Vinitaly, apre alla grande e, vista la grande folla di operatori e visitatori che hanno preso d'assalto i padiglioni fieristici nella giornata inaugurale, molto probabilmente sarà superata la soglia dei 150.000 visitatori attesi nei 4 giorni della più importante kermesse nazionale dedicata al vino. Non è un caso che Vinitaly sia stata comandata a organizzare il padiglione del vino a Expo 2105.

“Qui a Vinitaly, ha dichiarato il **Ministro Maurizio Martina**, si esprime la forza di un intero Paese”, confermando che la leadership di Vinitaly, quindi, non si discute. Un atto dovuto e una garanzia di professionalità al servizio dell'intera nazione.

“Tutto questo è un chiaro segnale di un sistema che crede fortemente nel comparto vitivinicolo - dichiara **Ettore Riello** presidente di Veronafiere aprendo il convegno inaugurale di Vinitaly, ed è pronto a sostenerlo per il raggiungimento degli ambiziosi, ma certamente possibili, obiettivi di crescita prefissati. Un percorso in cui Vinitaly fa e farà sempre la sua parte, come punto di riferimento per l'intera filiera, in Italia e all'estero. Per questo siamo stati scelti dal Mipaaf per la realizzazione del primo padiglione dedicato al vino nella storia dell'Esposizione Universale. Con

Speciale Vinitaly

Vinitaly, una grande festa italiana

Chi ben comincia è a metà dell'opera.

di Virgilio

Verona, 23 marzo 2015 - -

Se il buongiorno si vede dal mattino le attese di 150.000 visitatori che si prevede si riverseranno nella 4 giorni veronese dedicata al vino, e giunta alla 49esima edizione, verranno di gran lunga superate.

Nella giornata inaugurale di ieri, nonostante qualche goccia di pioggia, i padiglioni erano invasi da migliaia di persone, operatori professionali, visitatori comuni e famiglie intere con passeggini compresi. Un clima di festa e **convivialità** come solo il vino è in grado di attrarre.

Nemmeno **Patrizio Roversi**, conduttore di Linea Verde, ha potuto sottrarsi alla folla di appassionati



Vino

– A taste of Italy a Expo 2015 siamo orgogliosi di poter mettere a disposizione tutto il nostro know-how maturato in oltre 100 anni di attività nell'organizzazione diretta di eventi dedicati all'agroalimentare”.

Prima di passare la parola all'ospite d'onore, si sono succeduti sul palco a portare sostegno all'iniziativa veronese il Sindaco di Verona **Flavio**



Tosi, i 1
Presidente della Provincia di Verona **Antonio Pastorello** e il Presidente della Regione Veneto **Luca Zaia**.

Un comparto, quello del vino, che nel 2014 ha generato oltre 5,11 miliardi di euro nelle esportazioni, è oggi al centro di importanti cambiamenti a livello legislativo. E una sollecitazione sulla necessità di procedere a una semplificazione è giunta anche dal governatore



alla quale, peraltro, si è simpaticamente concesso partecipando a decine di selfie.

Vinitaly conferma la sua forte attrattività e la ragione per la quale è stata scelta per organizzare il padiglione dedicato al vino all'expo2015 che aprirà i battenti il prossimo primo maggio a Milano.

Oltre 4.000 espositori presenti, operatori specializzati da 120 paesi e delegazioni commerciali da 52 nazioni. E' con questi numeri che apre Vinitaly 2015, in contemporanea a Sol&Agrifood, rassegna dell'agroalimentare di

del Veneto Luca Zaia che il Ministro Martina ha immediatamente preso a spunto per il suo discorso.

“Il settore vitivinicolo - dichiara **Maurizio Martina Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali** - è un patrimonio fondamentale per l'Italia con oltre 14 miliardi di euro di fatturato e migliaia di aziende che rappresentano con passione, innovazione e professionalità la ricchezza dei nostri territori. Vogliamo aiutare queste esperienze a crescere, liberandole da lacci burocratici che le hanno appesantite in questi anni. In questi dodici mesi abbiamo messo in campo un'operazione di semplificazione che ha portato alla **dematerializzazione** di 64mila registri, al taglio di burocrazia inutile e che ha iniziato davvero a mettere la pubblica amministrazione al servizio delle aziende. Abbiamo anche approvato il tanto atteso decreto per i diritti d'impianto e siamo stati protagonisti del piano straordinario per l'internazionalizzazione che vedrà proprio l'agroalimentare al centro delle azioni”.

“**Atti concreti**” che il ministero guidato da Martina ha realizzato in questi primi 12 mesi di Governo dell'agricoltura. Ma non è tutto e in chiusura dell'intervento il Ministro dell'agricoltura elenca le **prossime sfide** a partire dal progetto digitale “Agricoltura 2.0” al testo unico del settore vitivinicolo. “Le prossime tappe - conclude il Ministro - prevedono l'entrata in vigore del registro unico dei controlli e il Testo unico del vino, da chiudere entro il 2015, l'anno dell'Esposizione Universale. Vinitaly allora rappresenta un passaggio fondamentale di avvicinamento all'evento di Milano, dove con il

qualità, ed Enolitech, salone dedicato alle tecnologie per la viticoltura e l'olivicoltura.

“Questa edizione di Vinitaly è caratterizzata da una presenza e un presidio istituzionale molto importante - dichiara il Presidente di Veronafiere **Ettore Riello** -. Tutto questo è un chiaro segnale di un sistema che crede fortemente nel comparto vitivinicolo ed è pronto a sostenerlo per il raggiungimento degli ambiziosi, ma certamente possibili, obiettivi di crescita prefissati. Un percorso in cui Vinitaly fa e farà sempre la sua parte, come punto di riferimento per l'intera filiera, in Italia e all'estero. Per questo siamo stati scelti dal Mipaaf per la realizzazione del primo padiglione dedicato al vino nella storia dell'Esposizione Universale. Con Vino – A taste of Italy a Expo 2015 siamo orgogliosi di poter mettere a disposizione tutto il nostro know-how maturato in oltre 100 anni di attività nell'organizzazione diretta di eventi dedicati all'agroalimentare”.



Speciale Vinitaly 2015

Vinitaly, Valpolicella e Parmigiano insieme.

A Vinitaly i Rossi della Valpolicella e il Parmigiano Reggiano si incontrano per scoprire le 'evoluzioni nel gusto' -

Verona, 23 marzo 2015 -

I Rossi della Valpolicella e il Parmigiano Reggiano Dop si incontrano nelle degustazioni organizzate dal Consorzio Tutela Vini Valpolicella in occasione di **Vinitaly** (22-25 marzo 2015, VeronaFiere).

Obiettivo: scoprire le 'evoluzioni nel gusto' di due prodotti, il vino e il formaggio, che di anno in anno si trasformano arrivando al palato con nuove sfumature. Organizzate in collaborazione con

il Consorzio Parmigiano Reggiano, le **degustazioni** iniziano oggi, alle 14.30, con il Valpolicella Classico Doc e Superiore abbinati a Parmigiano invecchiato 24 mesi mentre il Valpolicella Ripasso Doc e l'Amarone della Valpolicella Dcog si accostano a formaggi più maturi come i 36 e 48 mesi. Le Speedy Tasting poi continuano negli appuntamenti di martedì 24 marzo alle 15.30 e mercoledì 25 alle 11.00 sempre allo stand del Consorzio Valpolicella (Pad.8, Stand H2H3).

"E' sorprendente come l'evoluzione di questi due prodotti - ha detto il presidente del Consorzio Tutela Vini Valpolicella, **Christian Marchesini** - riesca a regalare, nel tempo, un'escalation di sapori sempre più articolati e stratificati. Con questa iniziativa - conclude Marchesini - vogliamo evidenziare la forte propensione del Valpolicella e del



Parmigiano all'invecchiamento valorizzandone le peculiarità". Le 'Speedy Tasting' saranno introdotte dagli stessi produttori che avranno la possibilità di presentare il vino da loro proposto.

Per il direttore del Consorzio Parmigiano Reggiano, **Riccardo Deserti**: "Il Consorzio del Parmigiano Reggiano ha scelto di affiancarsi al Consorzio dei Vini della Valpolicella per creare un momento di degustazione che possa mettere in risalto, oltre alle caratteristiche intrinseche dei prodotti, anche l'importanza del fattore "tempo" nella trasformazione delle materie prime. Il trascorrere dei giorni - ha concluso Deserti - rende unico il nostro formaggio come i grandi vini della Valpolicella, una

magia che trasforma il latte e l'uva in grandi prodotti che tengono alta la bandiera dell'eccellenza italiana".

Tutti gli appuntamenti del Consorzio Tutela

Vini Valpolicella a Vinitaly, si inseriscono nel progetto Vino in Villa - Dall'EXPO ai Territori, che vede come capofila la Regione Veneto ed è promossa dal Ministro per la Coesione Territoriale.

Le 21 aziende presenti allo stand sono: Clementi, Coali - Tenuta Savoia, Corte Aleardi, Corte Archi, Damoli Bruno, Dindo, Ettore Righetti, Fidora Organic Wines, Flatio, Lavarini, Le Marognole, Menegolli, Montecariano, Pagani, Piccoli Daniela, Salgari, Sciani, Tenuta Il Canovino, Terre Di Leone, Zandoni Pietro, Zandoni Diego.

(Fonte: Ufficio stampa Consorzio Tutela vini Valpolicella)

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





Per Bacco che promozione

Per Bacco che vantaggi con le Card Sconti di StePa!

Da StePa la promozione di marzo si fa anche con le Card Sconti.

Gli esperti StePa selezionano vini e cantine per offrire il meglio della produzione vinicola regionale.

Con le **Card Bronze, Silver e Gold**, potrete godere dei massimi vantaggi:

Bronze: per acquisti superiori a € 250,00 all'interno di un medesimo anno solare.

Silver: per acquisti superiori a € 400,00 all'interno di un medesimo anno solare

Gold : per acquisti superiori a € 600,00 all'interno di un medesimo anno solare.



Visita

il **sito** o lo shop <http://shop.steparappresentanze.com/> o scrivete a shop@steparappresentanze.com per informazioni e acquisti.

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.





[Pasta Andalini](#)



Innovazione nella tradizione

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



[U.N.I.M.A. Parma](#)



[Confcooperative Parma](#)



[S.A.L.A.](#)

[Soluzioni Avanzate Logistica Alimentare Srl](#)

[Power Energia
Società Cooperativa](#)



[ITE
Italian Tourism Expo](#)