



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

SOMMARIO

Anno 15 - n° 17 | maggio 2016

1.1 EDITORIALE

1° maggio, è vera festa?

3.1 CEREALI

Cereali e dintorni. I mercati in mano ai fondi.

4.1 LATTIERO CASEARIO

Latte spot, in un anno perso più del 30% del valore.

5.1 AZIENDE - CIR-FOOD

Obiettivo 2020 per CIR FOOD: 800 milioni di ricavi.

5.2 VINO EXPORT

Vino, esplose la domanda nei paesi terzi ma...

6.1 NUTRIZIONE E OBESITÀ

Obesità e sovrappeso: un problema planetario irrisolto

7.2 EVENTI CIBUS2016

Il Prosciutto di Modena DOP a Cibus 2016

8.1 LATTE CRISI

Latte. Mercuri (alleanza coop): Bene progetto MIPAAF indigeni, pronti a collaborare

8.2 EVENTI CIBUS IN FABULA

Al via CIBUS In FABULA con 2000 mq di "street art"

9.1 EXPORT

WINE e FOOD: la CCIAA punta sull'Area Scandinava:

9.2 EVENTI

Dal 6 all'8 maggio torna Birra Expo Piacenza

10.1 MAIS E SOIA

Mais e Soia: aprile 2016 - Maggiori produzioni previste in Argentina

11.1 CEREALI

Cereali e dintorni. Ancora volatilità sui mercati ma la tendenza è al rialzo.

12.1 EXPORT

L'educazione del consumatore estero per contrastare il fenomeno dell'Italian Sounding

13.1 CIBUS 2016 - 18ESIMA EDIZIONE

Dal 9 maggio prende il via la 18esima edizione di Cibus

14. I PROMOZIONI

"vino" e partners

15. I PROMOZIONI

"birra" e partners

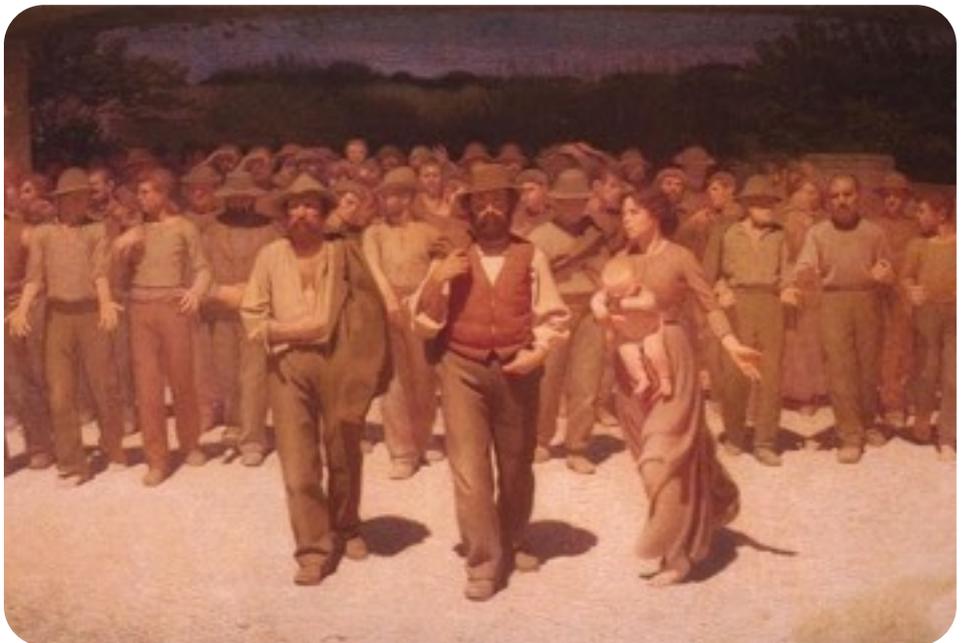
Editoriale

1° maggio, è vera festa?

Ci sono lavoratori e lavoratori. Ma ci sono anche sempre più disoccupati e sottoccupati, pensionati relegati in casa per indigenza e altri a sostenere figli e nipoti. Stipendi e salari da fame e privilegi e vitalizi da nababbi. I sindacati dovrebbero riflettere e dare l'esempio.

di **Lamberto Colla** Parma, 1 maggio

e la protesta durò alcuni giorni. Il 3 maggio tutti i lavoratori che avevano preso parte allo sciopero si ritrovarono all'ingresso della fabbrica di macchine agricole McCormick e vennero colpiti dagli spari della polizia che era stata chiamata a reprimere l'assembramento e due persone rimasero uccise e altre



2016.

Feste canti e musica in tutta Italia per celebrare la festa del lavoro, convenzionalmente riconosciuta nel 1° maggio.

La scelta di festeggiare il 1 maggio è legata ad alcuni eventi storici avvenuti nel 1886 a Chicago, negli Stati Uniti, dove ci furono una serie di gravi incidenti che sfociarono in una rivolta che prese poi il nome di Haymarket. In quella giornata i sindacati organizzarono un corteo operaio per chiedere la **riduzione della giornata lavorativa ad otto ore**

furono ferite anche gravemente.

[Una festa dei lavoratori e una festa per celebrare il contributo indispensabile dei sindacati per il raggiungimento di molteplici traguardi di civiltà.](#)

Però francamente oggi risulta molto difficile pensare di scrivere un articolo celebrativo del **lavoro** e dei **sindacati**.

La parola **lavoro** oggi evoca dolore diffuso per i tanti, giovani e meno giovani, che il lavoro non hanno più o

l'hanno perduto e con esso addirittura le speranze di ritrovarlo. Lavoro evoca immediatamente "pensione". Un traguardo sempre più lontano e sempre più misero. Una data, se sarà scritta, darà l'inizio certo di stenti per molti.

Ma lavoro torna a fare rima con **salari** o "compensi" sempre più limitati e con "morte".



Gli ultimi decessi in ordine di tempo riguardano i due addetti alla [cava di marmo di Carrara](#), ma come non dimenticare lo "sterminio", [dell'estate del 2015](#). Uomini e donne martirizzati per 2 euro all'ora. Braccianti agricoli deceduti al Sud come al

Nord senza distinzione di latitudine, nè di sesso e nemmeno di razza o colore di pelle, italiani o immigrati. **Unico comune denominatore:** il bisogno di lavorare per sopravvivere e alimentare i propri familiari.

E **Sindacato** oggi è parola che ha perso molto del romanticismo degli anni '60. Sempre più difficile trovare "missionari" all'interno dei movimenti dei lavoratori, più facile, o forse fa solo più scalpore, intercettare privilegi e stipendi da favola.

Scalpore hanno fatto le remunerazioni dell'ex segretario CISL [Raffaele Bonanni](#) (oltre 330.000€/anno) o dell'attuale numero uno di [Coldiretti](#), [Vincenzo Gesmundo](#), l'uomo, il filosofo "contadino" da 10 milioni di euro in 11 anni.

Per non parlare dei [vitalizi dei parlamentari e dei consiglieri regionali](#), così facili da ottenere ma così difficile farglieli mollare.

I diritti acquisiti non si toccano: è quanto hanno affermato gli ex parlamentari

e gli ex consiglieri regionali in due audizioni alla Commissione affari costituzionali della Camera a fine **gennaio scorso**, non mezzo secolo fa.

I diritti acquisiti (loro) non si toccano, peccato che i diritti acquisiti dei cittadini **sudditi** invece sì, quelli possono essere toccati e addirittura **alienati**.

Forse sarebbe giunto il tempo che i sindacati tornassero a fare i sindacati. Farebbe bene a loro e farebbe bene alla società.

Ma perché andarsi a cercare del freddo per il letto?





MERCATO CEREALI

Cereali e dintorni. I mercati in mano ai fondi.

I dati pubblicati dall'ICG confermano la consistenza finale degli stock ma ciononostante i prezzi hanno proseguito la risalita.

(Mario Boggini - Officina Commerciale Commodities srl e Virgilio)



internazionali

Cereali e dintorni. I mercati in mano ai fondi.

I dati pubblicati dall'ICG confermano la consistenza finale degli stock ma ciononostante i prezzi hanno proseguito la risalita.

di Mario Boggini e Virgilio - Milano, 29 aprile 2016 -

Ancora burrasca sui mercati delle materie prime con i fondi di investimento che da quando si sono risvegliati hanno fatto il bello e il brutto tempo fortificati da nuove liquidità.

La finanza conferma, ancora una volta, la capacità di condizionamento dei mercati stimolando reazioni molto spesso opposte alle reazioni prevedibili dalla lettura dei fondamentali. E così i dati pubblicati nei giorni scorsi dall'IGC (International Grain Council) hanno confermato le alte cifre delle produzioni mondiali e degli stock di fine campagna.

La produzione mondiale di **grano** è stata valutata in **717 milioni** di tonnellate contro i 713 del mese precedente (stock finali a 218 contro 211). La produzione del **corn** a 998 contro 993 (stock finali a 208, come il mese precedente). Quella del **seme** a 319 contro 320 (stock finali a 32 contro 33).

Questi dati dell'ICG non giustificano gli aumenti registrati nei rispettivi mercati di riferimento.

I fondi sono stati i veri padroni e si calcola che nella giornata del 19 aprile scorso abbiano realizzato acquisti per

M e r c a t i 27.000 contratti di semi, 9.000 di farina, 8.000 di grano e 9.000 di mais.

Dopo gli stravolgimenti di queste ultime settimane, alla incredulità degli operatori sta subentrando un po' di paura e forse di rimpianto per le occasioni perse nei diversi mesi lasciati correre con prezzi bassi e per le ricoperture non effettuate.

Indicatori internazionali 28 aprile 2016

L'Indice dei **noli** è salito a 710 punti, il **petrolio** sfiora i 46\$ e l'indice di **cambio** ruota attorno a 1,13845 .

Indicatori del 28 aprile 2016		
Noli*	€/€	Petrolio WTI
710	1,13845	46 \$/bar

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

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



LATTIERO CASEARIO

Latte spot, in un anno perso più del 30% del valore.

A un anno di distanza dalla "liberazione" dal regime delle quote il latte spot ha perduto oltre il 30% del valore, il burro tra il 25 e il 40%. In recupero invece Grana Padano e Parmigiano Reggiano.

(Virgilio - CLAL)

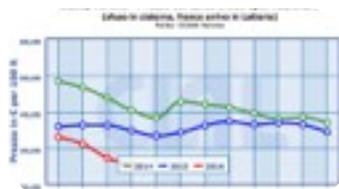
Lattiero Caseario

Latte spot, in un anno perso più del 30% del valore.

Cerchiamo di fare un punto della situazione del comparto latte sfruttando la sosta dei mercati coincidente con la festa della Libertà. A un anno di distanza dalla "liberazione" dal regime delle quote il latte spot ha perduto oltre il 30% del valore, il burro tra il 25 e il 40%. In recupero invece Grana Padano e Parmigiano Reggiano.

di **Virgilio** Parma, 27 aprile 2016

LATTE SPOT Il latte spot e i principali derivati, nei dodici mesi di libero mercato, hanno subito un capotamento del prezzo tale da rischiare di compromettere l'intero comparto se nuove misure correttive non dovessero essere poste in atto. E pensare che, almeno stando all'Osservatorio del mercato Ue,



gli allevatori italiani sono tra quelli che, a gennaio 2016, hanno perduto meno rispetto l'anno precedente. Ma da gennaio a aprile il calo del prezzo si è reso ancor più consistente cedendo altri 9€. In sintesi, se marzo 2015 il prezzo medio era di 36,29€/100 litri di latte (spot nazionale), a aprile di quest'anno la media si è posizionata a 24,06€/100 litri e a 22,17€ quello di provenienza estera.

BURRO E PANNA Non è andata meglio al burro che dal valore di 3,10€/kg del 2015, il Burro CEE è precipitato a una media di 2,30€/Kg. mentre lo zangolato (borsa merci di Milano) è letteralmente crollato a 1,25€/kg e comunque ben al di sopra



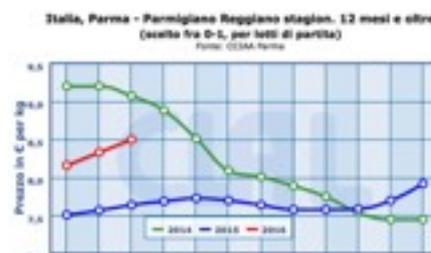
dell'ultimo bollettino parmense che ha registrato a 0,85 €/kg il prezzo dello zangolato da creme fresche della zona tipica, lasciando perciò sul campo il 50% (1,77€/kg a marzo 2015).

GRANA PADANO Meglio è andata invece per il Grana Padano che, nel corso degli ultimi 12 mesi, qualcosa ha guadagnato seppure leggermente meno rispetto al potenziale, probabilmente in ragione del problema aflatoxine che ne ha rallentato la corsa. Poco più del 2% l'incremento di prezzo registrato dalle medie dei mesi di marzo 2015 e 2016. Da 6,40 del 2015 a 6,53 €/kg del 2016 la media del prezzo riferita al 9 mesi stagionatura e da 7,38 a 7,56€/kg per il 15 mesi. Sono lontani i tempi degli 8,95€/kg del 2011 e del 2012, dell' 8,40 del 2013 o dell' 8,17 del marzo 2014.



PARMIGIANO REGGIANO Nel complesso la migliore performance l'ha

registrata il Parmigiano Reggiano il quale però aveva da recuperare molto di più rispetto alla soglia limite di sofferenza del Grana Padano. Pressato da costi produttivi ben superiori del cugino "Padano", il "Parmigiano", nonostante la scalata avviata a ottobre scorso che ha consentito un recupero di circa il 12% sul fresco e intorno al 7% per il 24 mesi di invecchiamento, soffre ancora per le perdite determinate dalla lunga crisi che l'ha coinvolto. Troppo grande il gap tra gli 11,20€/kg del marzo 2011 rispetto al minimo registrato in dicembre 2014 di 7,45€/kg e all'8,60€/kg media mese di aprile 2016 (dati medi riferiti al 12 mesi di stagionatura).



#crisi #alimentare #CIR

Obiettivo 2020 per CIR FOOD: 800 milioni di ricavi.

Il Gruppo ai vertici del mercato della ristorazione collettiva si prepara al futuro e punta a sviluppare 250 milioni di euro di fatturato nei prossimi 5 anni.

Sul piatto 75 milioni di investimenti e l'obiettivo di crescere in Italia e all'estero aumentando l'attività nella ristorazione commerciale.

Reggio Emilia, 26 aprile 2016 – Dopo aver annunciato una previsione di ricavi 2016 pari a 553 milioni di euro (+3,2% rispetto al 2015), il Gruppo CIR food ha dato il via ad un piano industriale quinquennale che punta non soltanto all'aumento di fatturato, ma anche a rafforzare la propria leadership nel settore con una proposta di rinnovamento dei servizi di ristorazione incentrato sul valore del cibo e sull'innovazione.

L'obiettivo economico fissato entro il 2020 è di raggiungere quota 800 milioni di euro di ricavi, sviluppando 100 milioni dalla ristorazione collettiva e buoni pasto, 60 milioni dalla ristorazione commerciale, 70 milioni dall'internazionalizzazione, 20 milioni dalla diversificazione dei servizi. A tal fine CIR food prevede nell'arco di 5 anni investimenti per 75 milioni di euro, che si aggiungono ai 75 nella gestione ordinaria, una media di 15 milioni di investimenti l'anno in attrezzature, immobili, informatica.

Per raggiungere questi risultati, il Gruppo ha creato lo scorso anno un team di analisi interna per definire le tappe della crescita. Punti di



partenza sono l'esperienza trentennale nel mettere a tavola grandi comunità, che ha conferito a CIR food un'identità riconosciuta nel settore, e lo sviluppo costante degli ultimi 10 anni. Oggi l'impresa è una realtà di primaria importanza nel mercato della ristorazione, in particolare nella collettiva appaltata da cui proviene il 73,6% dei ricavi attuali e dove detiene l'8% di quota di mercato. Si tratta di un comparto pressoché fermo, in cui le prime quattro aziende coprono il 34,2% del mercato e che ha fatto registrare lo scorso anno soltanto l'aumento dei pasti a +1,1% (Dati Cerved-Databank 2015). Analizzando diversi fattori, fra cui la centralizzazione delle stazioni appaltanti e la contrazione dei costi del servizio, CIR food punta a crescere in questo mercato con innovazioni mirate, come la personalizzazione del servizio e la semplificazione dei processi attraverso la digitalizzazione. Ad esempio il Gruppo, che già dispone di piattaforme online di logistica integrata per la distribuzione delle materie prime e la prenotazione dei pasti, sta mettendo a punto applicazioni web per la ristorazione scolastica e aziendale, mentre è già in fase avanzata la distribuzione in formato elettronico dei buoni pasto. Non soltanto la tecnologia sarà importante per raggiungere l'obiettivo di crescita al 2020, ma anche la tutela

degli standard qualitativi nelle mense pubbliche, dove CIR food punta a rendere accessibile a tutta la comunità il piacere e la qualità della nutrizione, frutto di un lavoro che dia dignità alle persone.

A fronte della situazione del mercato della collettiva, l'obiettivo di CIR food è di aumentare l'attività nella ristorazione commerciale, oggi pari al 12,2% del fatturato, fino a raddoppiare nel 2020 i ricavi provenienti da questo settore, dove si intravedono maggiori potenzialità per il lancio di nuovi modelli ristorativi, ispirati a quanto sperimentato a Expo 2015. Lo sviluppo riguarderà soprattutto la ristorazione organizzata in aree con flussi importanti, come centri commerciali, ospedali, centri urbani di grandi dimensioni, musei, distretti industriali.

Forte impulso avrà anche lo sviluppo all'estero, dove oggi CIR food è presente con i propri servizi di ristorazione collettiva e commerciale in Belgio, dove gestisce una rete di asili per 300 bambini figli dei funzionari delle Istituzioni Europee. L'obiettivo al 2020 è di esportare il modello di ristorazione made in Italy in alcuni Paesi europei, a partire dai Paesi Bassi (Olanda e Belgio), Spagna e Austria.

Infine, se gli obiettivi al 2020 sono focalizzati sul core business della ristorazione fuori casa di qualità al giusto prezzo, CIR food punta nei prossimi 5 anni anche alla diversificazione dei servizi in un'ottica di integrazione rispetto a quelli ristorativi. Alcuni esempi sono il trasporto scolastico, i servizi alla persona per anziani e bambini, la cura delle aree verdi, i servizi di portierato e reception.

#vino #export

Vino, esplose la domanda nei paesi terzi ma...

Ballotta (Business Strategies) su promozione vietato abbassare la guardia nei mercati consolidati.

Firenze, 27 aprile 2016. È sempre più vinomania nei Paesi extra-Ue, con una domanda che nel primo bimestre 2016 è cresciuta in valore del 17,2%.

Corre meno invece il prodotto made in Italy, fermo a un pur lusinghiero +7,6%. È la sintesi fornita dall'Osservatorio Business Strategies Paesi terzi, realizzata in collaborazione con Nomisma/Wine Monitor, che ha elaborato i dati delle dogane dei 10 principali Paesi buyer extra-Ue (Stati Uniti, Cina, Canada, Giappone, Svizzera, Australia, Russia, Norvegia, Corea del Sud e Brasile). "Nei Paesi terzi c'è ancora molto da fare – ha detto la ceo di Business Strategies, Silvana Ballotta -; con il prossimo bando Ocm



vino promozione ci sarà sicuramente da lavorare sui mercati emergenti, Cina in primis, ma anche e soprattutto su quelli considerati di sbocco. I dati sulla top 10 della domanda mondiale, seppur parziali, ci dicono infatti che in questo avvio di 2016 i vini del resto del mondo viaggiano a velocità più che doppia rispetto ai nostri, e questa è la dimostrazione che la promozione non può abbassare la guardia sui mercati cosiddetti consolidati, perché la

situazione è molto fluida e la concorrenza dei Paesi produttori sempre più agguerrita".

Nel dettaglio, l'Italia limita la crescita sia sui mercati principali, come gli Usa, dove il vino italiano segna un +12,2% in valore contro il +21,3% delle vendite provenienti da tutto il mondo; sia nei Paesi emergenti come la Cina, dove la crescita italiana è inferiore a quella globale (+14,8% contro +59%), anche se si restringe la forbice sul trimestre (+18% vs +49%). Giù le quote italiane di mercato anche in Canada, Giappone, Russia, Brasile e in Corea del Sud, mentre si registra una performance italiana sopra la media in Svizzera, Australia e Norvegia, in cui a fronte di un aumento complessivo delle vendite di vino attorno al 5% il Belpaese ha esportato rispettivamente +11,1%, +19,4% e +11%. I dieci Paesi analizzati rappresentano una quota di quasi il 97% del valore complessivo della domanda di vino italiano extra-Ue.

Ufficio stampa Business Strategies: interCOM

#obesità #nutrizione #granapadano
#agroalimentare

Obesità e sovrappeso: un problema planetario irrisolto

Lo studio dell'Osservatorio Nutrizionale Grana Padano sull'alimentazione degli italiani in occasione della Giornata Europea dell'Obesità del 21 maggio

Milano, 26 aprile 2016 – Nel mondo sono 641 milioni le persone obese o in sovrappeso, come riferisce il recente studio dell'Imperial College di Londra, pubblicato nel numero di aprile della rivista The Lancet, che ha coinvolto l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) e oltre 700 ricercatori nel mondo. Nel 1975 le persone obese nel mondo erano 105 milioni, mentre nel 2014 la cifra è arrivata a 641 milioni. Un aumento vertiginoso che fa parlare di ricercatori di "epidemia di obesità": è interessato il 13% della popolazione mondiale adulta, ed occorre intervenire, prima di tutto raccomandando una corretta alimentazione.

In occasione della Giornata mondiale dell'obesità del 21 maggio 2016, gli esperti dell'Osservatorio nutrizionale Grana Padano (Ogp) hanno realizzato uno studio sul rapporto tra tipo di alimentazione e peso corporeo, analizzando 5mila interviste di italiani adulti.

Le abitudini alimentari emerse evidenziano uno scarso apporto di verdura, il 38,7 del campione non mangia due porzioni di verdura al giorno e la cattiva abitudine è prevalente nel maschio (45% rispetto 32%), per la frutta emerge che il 27% degli intervistati non mangiano due frutti al giorno e il 45% non mangia due volte a settimana il pesce, i cereali integrali non sono utilizzati dal 65% degli intervistati e il 56% di questi sono in sovrappeso o obesi. I dolci sono utilizzati da entrambi i sessi senza particolari differenze in quantità.

Le cattive abitudini sono per il 10% degli intervistati di non fare la prima colazione, il 20% mangia davanti alla televisione o al computer, il 25 % degli intervistati ha l'abitudine all'aperitivo che è quasi sempre accompagnato dal buffet. Il pasto completo ed equilibrato (primo e secondo con le verdure e la frutta) è fatto solo dal 16% degli intervistati a cena e il 10% a pranzo, la maggior parte delle persone fa pasti veloci e dissociati (o primo o secondo piatto), più della metà delle persone, il 60% non guarda le etichette nutrizionali e non si informa sulle caratteristiche dei prodotti nutrizionali. Il 40% utilizza alcolici, prevalentemente vino.

Analizzando i nutrienti, la quota proteica è di circa 1-1.2 grammi di proteine per Kg di peso, abbiamo quindi un'alimentazione normoproteica con una percentuale di fibra, vicina a quella raccomandata 29g invece che 30g. Analizzando i dati emerge una bassa introduzione di Vitamina D e bassa introduzione di minerali, prevalentemente ferro nelle donne, le persone bevono poco e



difficilmente raggiungono 1.5 litri di acqua al giorno.

Il dato più evidente dall'indagine è che il 43% del campione passa quotidianamente 3 o più di 4 ore davanti alla televisione o ai giochi elettronici, l'attività quotidiana in casa è minima, meno di 1 ora al giorno nel 50% degli intervistati (nel 66% degli uomini). Se si considera l'attività lavorativa emerge chiaramente che chi ha un lavoro sedentario (50% degli intervistati) ha un BMI più elevato, infatti il 50% dei sedentari ha un BMI maggiore di 25. La tendenza al sovrappeso e obesità aumenta per chi è disoccupato o senza lavoro, oppure in pensione.

“La sedentarietà è molto diffusa nella nostra popolazione e l'attività fisica regolare è scarsa – spiega Maria Letizia Petroni, Presidente di ADI Associazione Italiana di dietetica della Lombardia e coordinatrice dell'Ogp - E' quindi fondamentale promuovere una sana alimentazione e un corretto stile di vita, promuovendo la Dieta Mediterranea abbinata ad una attività fisica regolare: per gli adulti è di almeno 150 minuti a settimana di attività fisica aerobica d'intensità moderata, praticata per almeno 10 minuti consecutivi, secondo le linee guida della SIO (Società Italiana Obesità) e ADF”.

“Aggiungo che durante Expo2015 è stata lanciata la dieta del Grana Padano – sottolinea Petroni – con piatti basati su Grana Padano Dop che contiene la leucina, con l'effetto di contrastare la perdita di massa magra metabolicamente attiva durante il calo di peso ed aumentare il senso di sazietà, fattore assai importante per chi tende a mangiare troppo”.

I CONSIGLI DEGLI ESPERTI DELL'OSSERVATORIO NUTRIZIONALE GRANA PADANO:

- 1) Raggiungere i 10.000 passi al giorno (utilizzando anche il contapassi)
- 2) Bere più di 1.5 litri acqua al giorno (almeno 8 bicchieri)
- 3) Cinque porzioni di frutta e verdura al giorno
- 4) Introdurre alimenti integrali
- 5) Limitare i grassi animali e preferire l'olio di oliva
- 6) Assumere almeno tre volte il pesce alla settimana

- 7) Una o due porzioni di latticini al giorno (latte\ yogurt)
- 8) Utilizzare almeno due volte alla settimana i legumi come fonte proteica
- 9) Limitare il sale aggiunto
- 10) Pesarsi regolarmente

Metodologia dello studio Ogp

La valutazione delle abitudini alimentari e dell'apporto di energia, di macro e micronutrienti è stata effettuata mediante l'utilizzo di un avanzato software, OGP versione 3.0, sviluppato appositamente e gratuitamente per i professionisti nell'ambito nutrizionale. Di ogni soggetto sono stati raccolti i dati anagrafici, utili a classificarli per: sesso, età, area geografica, livello d'istruzione e grado di occupazione.

La prima parte dell'intervista riguarda la raccolta di dati antropometrici. Peso (kg) e altezza (cm) e calcolo del BMI (KG\m²). Le successive 6 domande valutano lo stile di vita dei soggetti, più precisamente: L'abitudine al fumo; Il lavoro dal punto di vista della fatica fisica, quindi classificato come sedentario, manuale o pesante; Il tempo dedicato all'attività domestica, il tempo libero speso per hobby sedentari, il tempo dedicato ad un'attività fisica moderata. Le abitudini alimentari vengono indagate con 28 domande riguardanti il consumo giornaliero di alimenti, bevande, e alcolici.

I restanti quesiti sulle abitudini alimentari riguardano le modalità di consumo dei pasti principali (domestico o fuori casa, in solitudine o in compagnia) e il tempo ad essi dedicato (es. pranzo consumato in 10 minuti o in più di 20), i comportamenti nei confronti del cibo, in particolare, se il soggetto è abituato a spiluccare, a mangiare spesso fuori pasto o se consuma solo i pasti principali.

Il campione esaminato, tra la popolazione adulta ha un'età media di 53 anni, un BMI medio di 26,6, una circonferenza vita di 91 cm. (media di 87cm per le donne e 95,5 cm per gli uomini). I dati emersi riconfermano l'importanza dell'istruzione, il campione più istruito ha un BMI medio più basso rispetto a chi ha un livello scolastico più basso.

(Ufficio stampa Osservatorio Nutrizionale Grana Padano sito web: <http://www.educazionenutrizionale.granapadano.it>)

SCHEDA INFORMATIVA SULL'OSSERVATORIO NUTRIZIONALE GRANA PADANO

Indagine sugli errori nutrizionali e gli stili di vita

L'Osservatorio nasce nel 2004 grazie all'impegno del Consorzio Tutela Grana Padano in collaborazione con FIMP (Federazione Italiana Medici Pediatri) e SIMG (Società Italiana di Medicina Generale). Dall'inizio del 2005 sta fotografando gli stili alimentari della popolazione italiana con

appositi questionari somministrati dai Medici e Pediatri di libera scelta ai loro assistiti, ai quali nel 2007 si sono aggiunti Dietisti e altri Medici Specialisti. L'indagine non è svolta da intervistatori ma da professionisti della salute che svolgono sui loro assistiti delle anamnesi alimentari a favore della loro salute e a scopo educativo. I dati raccolti con le anamnesi vengono elaborati per dare informazioni di carattere osservazionale-epidemiologico che periodicamente sono diffusi alla società civile.

AD OGGI.

Ha coinvolto 1.451 Medici di Medicina Generale, 673 Pediatri, 372 Dietisti che hanno somministrato 27.271 anamnesi alimentari (interviste) di cui 7.251 in età pediatrica e 20.020 adulti.

GLI OBIETTIVI.

Educare l'intervistato ad una corretta alimentazione e suggerire uno stile di vita quale prevenzione primaria, secondo quanto identificato dal programma "Guadagnare Salute" del Ministero della Salute.

Ottenere una stima qualitativa dell'assunzione di nutrienti e delle abitudini quali fumo e attività fisica.

Fornire al medico un pratico strumento operativo per somministrare l'anamnesi nutrizionale.

Identificare i principali errori nutrizionali degli italiani e diffondere la cultura della corretta alimentazione.

METODOLOGIA.

Ogni medico, pediatra, dietista e operatore sanitario, effettua l'anamnesi in un'area riservata online dove risiede il software. L'anamnesi è somministrata solo a soggetti che non soffrono di importanti patologie ed è effettuata come una ricerca osservazionale (il medico intervista il suo assistito, o il genitore nel caso di minori) l'intervista è guidata da un questionario elettronico che raccoglie: età, sesso, peso e altezza per calcolare il BMI, la circonferenza addominale, lo svolgimento di attività fisica, il tempo trascorso in attività sedentarie (guardare la TV, utilizzare il PC, fare giochi elettronici) e l'abitudine al fumo.

La parte alimentare valuta la frequenza di assunzione settimanale o mensile dei più importanti e diffusi alimenti consumati in Italia, i dati dichiarati vengono elaborati dal software che calcola il contenuto in macronutrienti e micronutrienti e di conseguenza quanti se ne sono assunti con la dieta abituale. Il software elabora e somma i nutrienti assunti e li paragona al fabbisogno giornaliero di ogni individuo, distinto per età e sesso, per valutarne lo scostamento rispetto ai valori standard. Le eccedenze e deficienze di nutrienti significative vengono evidenziate per correggere l'errore nutrizionale emerso dall'anamnesi. Gli scostamenti dei nutrienti vengono poi riclassificati in cibi da assumere più o meno frequentemente. Oltre a ciò il software permette, solo al medico, di suggerire comportamenti personalizzati a seconda del quadro clinico dell'intervistato. I risultati e i suggerimenti vengono consegnati all'intervistato.

COMITATO SCIENTIFICO OGP:

Prof.ssa Maria Letizia Petroni: coordinatrice del board, Medico specializzato in medicina interna ed esperto di alimentazione, nutrizione clinica ed obesità, coordinatore di ricerche finalizzate per il Ministero della Salute e Docente incaricato di dietetica e nutrizione presso diverse Università italiane. Responsabile scientifico del centro obesità dell'ospedale Villa Igea di Forlì.

Dott.ssa Michela Barichella: Medico specializzato in scienza dell'alimentazione, Responsabile medico del Servizio dietetico ICP dell'Ospedale di Milano, Presidente di Brain and Malnutrition Association.

Prof. Claudio Maffei: Medico Pediatra, esperto di nutrizione e obesità infantile, Docente di metabolismo e nutrizione in età evolutiva dell'Università di Verona, Direttore della UOS nutrizione clinica e obesità dell'Ospedale Borgo Roma, Verona.

Prof. Sergio Coccheri: Medico specializzato in cardiologia e angiologia Ordinario di Malattie cardiovascolari dell'Università di Bologna.

Prof. Davide Festi: Medico specializzato in gastroenterologia, Ordinario di Gastroenterologia, Direttore della Scuola di specializzazione e Preside del corso di laurea in dietetica dell'Università di Bologna.

Prof. Alessandro Lubisco: statistico, Docente di scienze statistiche dell'Università di Bologna).

#prosciutto #eventi #cibus2016

Il Prosciutto di Modena DOP a Cibus 2016

L'eccellenza modenese, presente al salone di Parma dal 9 al 12 maggio

Modena, 26 aprile 2016 - Dal 9 al 12 maggio il Consorzio del Prosciutto di Modena sarà presente alla sedicesima edizione di Cibus, il Salone Internazionale sull'alimentazione. Lo spazio del Consorzio si troverà all'interno del padiglione 3, stand B50: in esso sarà possibile incontrare rappresentanti del Consorzio e degustare il Prosciutto di Modena DOP con un buon bicchiere di Lambrusco e Pignoletto.

Il Consorzio, crede molto in Cibus, ed infatti non manca mai. "Sono più di vent'anni che partecipiamo a questa manifestazione. Abbiamo visto i cambiamenti che ci sono stati e negli ultimi anni possiamo affermare che questa fiera è davvero diventata una vetrina internazionale. Una vetrina sul mondo" ha affermato Davide Nini, Presidente del Consorzio del Prosciutto di Modena.

Allo stand quest'anno ci sarà anche **Antonio Soccio**, tecnico per la valorizzazione delle tipicità enogastronomiche del territorio



dell'Istituto Alberghiero di Serramazzoni di Modena, che preparerà abbinamenti e assaggi con il prosciutto e i prodotti del territorio. In più ci sarà anche uno spazio BIO, dove il Prosciutto di Modena biologico verrà abbinato a prodotti esclusivamente biologici.

Il Consorzio del Prosciutto di Modena, che raggruppa oggi 9 produttori, ha sempre avuto una costante attenzione al prodotto, tanto da modificare qualche anno fa il Disciplinare di produzione in senso restrittivo per migliorare ancora di più il già alto livello qualitativo. La prima modifica ha riguardato il processo produttivo, solo cosce di suino e sale, senza l'aggiunta di spezie; l'aroma è dato dalla prolungata stagionatura. La seconda modifica ha stabilito una stagionatura minima di 14 mesi, la più lunga tra tutti i prosciutti Dop italiani. La

materia prima utilizzata per la sua produzione è ottenuta esclusivamente da suini di origine italiana, nati e allevati in 10 regioni d'Italia centro-settentrionale.

(Ufficio stampa IVSI - Istituto Valorizzazione Salumi Italiani)



#latte #crisi

Latte. Mercuri (alleanza coop): Bene progetto MIPAAF indigenti, pronti a collaborare

Roma, 27 aprile 2016. "Apprezziamo l'iniziativa del governo perché va nella direzione indicata dall'Alleanza delle Cooperative agroalimentari. La cooperazione, che rappresenta il 70% della produzione di latte nazionale, è pronta sin da subito a collaborare con gli enti caritativi per questo importante progetto che consente di dare un sostegno concreto agli allevatori, contribuendo ad iniziative benefiche in favore

dei più bisognosi ed evitando così inutili sprechi alimentari. Nel momento di maggiore difficoltà del settore, la cooperazione ha sostenuto il sistema, raccogliendo il prodotto in eccesso. Anche

su questa partita, possiamo dare un aiuto importante. Per la riuscita del progetto è fondamentale che l'iniziativa venga sostenuta con adeguate risorse economiche, senza gare al ribasso e garantendo agli operatori la copertura dei costi". Così il presidente dell'Alleanza delle Cooperative agroalimentari, **Giorgio Mercuri**, a commento della proposta del ministro delle Politiche agricole Martina e del viceministro Olivero di sperimentare per la prima volta un **modello di intervento che prevede l'acquisto a favore degli indigenti di latte crudo da trasformare in Uht** per ridurre gli sprechi potenziali del settore a seguito della fine delle quote latte.



#parmigianoreggiano #eventi #caseificiaperti

Al via CIBUS In FABULA con 2000 mq di "street art"

Ad aprire il fuorisalone di Parma una mostra di murales curata da Felice Limosani. Dopo essere entrati nell'Olimpo delle arti, con Fiere di Parma, i murales diventano protagonisti di un'asta a favore della ONG Oxfam Italia che in 90 Paesi sviluppa progetti per una vita sostenibile e per il diritto all'acqua.

Opening - Sabato 30 Aprile ore 17.30 Crociera dell' Ospedale Vecchio Via D'Azeglio, 45 - Oltretorrente Parma

Parma, 28 aprile 2016 - 13 opere di street art realizzate da 13 nomi del panorama internazionale capaci, attraverso forme, colori e immaginazione, di raccontare in modo a volte dissacrante a volte provocatorio il food, nei suoi paradossi, ma anche come punto di forza della cultura "Made in Italy" che vede in Parma un territorio di eccellenze.

Ad esaltare la creatività del distretto agroalimentare di Parma, recentemente insignita del prestigioso riconoscimento di Città Creativa della Gastronomia Unesco, sarà appunto la street art con una mostra sostenuta da Fiere di Parma e curata dal creativo multidisciplinare Felice Limosani che aprirà i battenti il prossimo 30 aprile - con inaugurazione alle ore 17.30 - nello spazio della crociera dell'Ospedale Vecchio di via d'Azeglio.

E dopo essere entrata a pieno titolo nell'Olimpo delle arti, la street art diventa a Parma inedita protagonista di un'operazione charity organizzata dal Polo fieristico: le opere saranno infatti messe all'asta sul sito www.charitystars.com e il ricavato devoluto a Oxfam Italia, ONG presente in 90 Paesi nel mondo che si occupa di progetti di sviluppo in ambito rurale per garantire mezzi di vita sostenibile ed il diritto all'acqua. L'asta partirà il 30 aprile e chiuderà il 20 maggio.

L'esposizione delle 13 tele monumentali di 70 mq, che nei mesi di Expo hanno raccontato il food sulla facciata esterna del padiglione di Federalimentare-Fiere di Parma, mixa di fatto, come in un unico grande affresco, arte e saper fare, tangibile e intangibile.



Dal lato "il tangibile" ovvero la produzione enogastronomica e il saper fare di tutto un territorio unico al mondo, quello parmense. Dall'altro "l'intangibile" ovvero 13 tappe artistiche, oniriche e creative di un viaggio chiamato Food, che interrogano ora su una equilibrata distribuzione delle risorse economiche nel mondo (come "Communicating vessels" dell'artista pugliese Agostino Iacurci) ora su un rapporto più responsabile con la natura (come "Life and Hope" del collettivo spagnolo Boamistura o Genesis 2.0 dell'italiano Vesod) oppure sul benessere alimentare (come "Fast, Gourmet & Light" del tedesco Tasso o "Picture of Health" dell'irlandese Maser).

Temi diversi raccontati con sensibilità diverse che arrivano da tutto il mondo (Giappone, Irlanda, Spagna, Francia, UK, Russia solo per citarne alcuni) per un unico "affresco globale del Food". E non è un caso che Felice Limosani abbia scelto i graffiti per rappresentare artisticamente il food. " Il futuro è in mano ai giovani - afferma Limosani - quale miglior mezzo per far passare concetti come responsabilità, sostenibilità, distribuzione delle risorse, rispetto delle Natura se non con il linguaggio che più consona? Sono soddisfatto che questo messaggio ai giovani riparta da Parma e dal polo fieristico, che hanno affidato ai linguaggi artistici più dirompenti e dissacranti il racconto il food?".

"Il senso di questa esposizione - ha affermato Antonio Cellie, Amministratore Delegato di Fiere di Parma - vuole essere un tributo ad un tessuto imprenditoriale unico al mondo per capacità di saper fare, per dedizione e amore al territorio, per rispetto delle tradizioni e per capacità creativa. Come i nostri imprenditori illuminati questi murales intendono rappresentare un impegno che è una scommessa per il futuro, interpretando le sfide che tutti noi dovremo affrontare".

La mostra, che chiuderà il 22 maggio, rappresenta il fiore all'occhiello del cartellone di eventi di "Cibus in Fabula", il fuorisalone di Cibus che dal 6 al 15 maggio animerà la città

Dal 7 all'11 maggio sarà la volta di "Sorsi di natura" in Piazza Garibaldi. Un appuntamento per gli amanti del bio che potranno gustare una ricca varietà di succhi "salutistici" mentre i wine lovers potranno negli stessi giorni sempre in Piazza Garibaldi andare alla scoperta dei migliori vini locali proposti dal Consorzio dei vini dei Colli di Parma, Malvasia, Sauvignon fino al popolare Lambrusco. Birre artigianali e pizza cotta su pietra sono invece al centro dell'evento organizzato in Piazza della Pilotta dal 7 al 12 maggio. Spazio poi a bimbi e famiglie con il progetto "Vivere in Armonia" curato dai servizi educativi del Comune di Parma che proporrà sabato 14 maggio in Piazza della Steccata attività divulgative, laboratori scientifici e giochi.

Ad arricchire il calendario degli eventi le iniziative organizzate in Stradello San Nicolò: un vero e proprio spazio "food&mood" dove serate gourmet saranno abbinate a performance interattive tra food e design, al foodwalking e assaggi creativi.

Non solo wine&food comunque. Le serate del 6 e 11 maggio infatti vedranno protagonisti nell'oltretorrente in due cene-spettacolo rispettivamente Gene Gnocchi e il fotografo-gastronauta-attore Lucio Rossi che intratterranno i loro ospiti all'insegna della parola e della buona cucina.

Il fuori salone toccherà luoghi simbolo del centro storico, uno spazio ampio in cui tutte le location animate da iniziative del fuorisalone saranno contraddistinte a terra da un eco-graffito realizzato con un materiale a base di derivati dallo yogurt e raffigurante appunto il Logo Cibus in Fabula.

In allegato

Murales "Legacy" di Alexey Luka (Russia). Key Word rappresentate: eredità, futuro, stratto, piante, persone

Murales "Heads Juice" di Okuda (Spagna). Key Word rappresentate: arcimboldo, organico, natura, umanità

Murales "Itadakimasu - Before we eat" (Giappone). Key Word rappresentate: icone, catena alimentare, vita, mandala

Scatti allestimento

#pepe #spezie #sicurezza

WINE e FOOD: la CCIAA punta sull'Area Scandinava

Nuovo progetto gratuito per sviluppare presenza e commercio on line in Danimarca, Svezia e Norvegia, un Educational press tour e incontri con operatori commerciali

Dopo il successo dei progetti realizzati in questi anni, la **Camera di Commercio di Reggio Emilia** continua a puntare sulla crescita delle imprese sfruttando al meglio le potenzialità del Web ed aumentare visibilità e fatturato delle aziende.

La nuova azione che mette ora in campo l'Ente camerale riguarda, in modo particolare, **le imprese dell'agroalimentare e i mercati dell'Area Scandinava**, con consulenze specifiche e incontri formativi per migliorare le strategie di marketing online delle imprese e per attivare la loro presenza sui canali digitali, accompagnate da un Digital Strategist che le accompagnerà tra le opportunità offerte da Internet per far conoscere in tutto il mondo i loro prodotti.

Potranno partecipare al progetto fino ad un massimo di **15 imprese** operanti nel settore agroalimentare. Le imprese interessate possono presentare **l'adesione fino al 23 maggio**, accedendo al sito camerale della Camera di Commercio. "Questo progetto - spiega il presidente della Camera di Commercio, Stefano Landi - Da una parte punta ad aumentare la

#agroalimentare #birra #piacenza

Dal 6 all'8 maggio torna Birra Expo Piacenza

Torna l'appuntamento per gli amanti della birra: da venerdì 6 a domenica 8 maggio torna Birra Expo Piacenza, la manifestazione dedicata alla birra artigianale, giunta quest'anno alla terza edizione.

Piacenza, 30 Aprile 2016 -

Torna l'appuntamento per gli amanti della birra: da venerdì 6 a domenica 8 maggio torna Birra Expo Piacenza, la manifestazione dedicata alla birra artigianale, giunta quest'anno alla terza edizione.

I locali di Piacenza Expo si preparano ad accogliere tutti coloro che vorranno partecipare ad uno degli eventi di riferimento del settore, per appassionati e non solo, che ogni anno richiama migliaia di visitatori provenienti da tutto il Centro e Nord Italia.

Birra Expo Piacenza sarà un'occasione per conoscere e degustare prodotti d'eccellenza, presentati dagli oltre 24 birrifici che parteciperanno alla Fiera. Un totale di oltre 100 birre artigianali da provare ed apprezzare.

Ad accompagnare il tutto, gustosi prodotti gastronomici serviti presso i numerosi stand di street food allestiti per l'occasione. Non mancheranno momenti di approfondimento.



competitività delle aziende dell'agroalimentare sui mercati locali e globali, con particolare attenzione a Danimarca, Svezia e Norvegia grazie all'utilizzo del web e dei social media quale strumento di marketing e, dall'altra, mira a far sì che le imprese siano poi nelle condizioni di agire autonomamente per gestire strategie di marketing e commercio on line, migliorando costantemente il proprio posizionamento sul web".

"Stiamo parlando di mercati - spiega ancora Landi - sui quali si registra una grande attenzione al web e all'e-commerce, tanto che nella sola **Danimarca** nel 2015 sono stati effettuati circa **110 milioni di acquisti online**, per un totale di circa 11 miliardi di euro, con una media pro-capite superiore ai 2.200 euro l'anno (in Italia il valore pro capite dell'e-commerce corrisponde a circa 217 euro l'anno)".

"Il rilevante dato numerico - aggiunge il presidente dell'Ente camerale - si associa anche ad una tendenza alla crescita straordinaria: rispetto al 2014, infatti, è stata registrato un

aumento pari al 20%, e in questo panorama gli acquisti online nel settore enogastronomico hanno raggiunto nel 2015 la percentuale record del 7% rispetto al totale acquistato tramite internet".

L'azione della Camera di Commercio è realizzata con il co-finanziamento della Regione Emilia Romagna e rientra nel più ampio progetto "La Camera di Commercio di Reggio Emilia per la promozione delle eccellenze agroalimentari nell'area Scandinava" che prevede anche altre iniziative.

Tra queste, il percorso **"How to start an Export Business - Impariamo ad esportare"** (con particolare attenzione, anche in questo caso, all'Area Scandinava), un "Educational press Tour rivolto giornalisti del settore wine e del turismo enogastronomico provenienti da Danimarca, Norvegia e Svezia che si svolgerà in occasione della cerimonia di premiazione della **7ª edizione del Concorso Enologico "Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco"** (fine giugno 2016), una giornata di approfondimento sui mercati del tre Paesi aperta a tutte le imprese del settore agroalimentare, incontri b2b con operatori commerciali di Danimarca, Norvegia e Svezia per le imprese del wine e food (luglio 2016) e, ancora, incoming di operatori commerciali provenienti che prevede incontri d'affari bilaterali a Reggio Emilia tra imprese del settore agroalimentare e buyer provenienti dall'Area Scandinava (novembre 2016).

(Fonte CCIAA Reggio Emilia)



Sabato 7 maggio alle 18:00 in programma il Laboratorio "Matrimonio tra birre e salumi DOP piacentini" tenuto da Andrea Camaschella, Beer Taster e degustatore di fama. Durante l'appuntamento i presenti potranno partecipare alla celebrazione dell'incontro tra sei birre, selezionate per l'occasione, e tre salumi DOP piacentini. Le informazioni su costi e modalità di iscrizione sono consultabili sul sito www.birraexpo.it.

Altro appuntamento da non perdere è quello presso lo stand "Club Amici del Toscano" dove durante tutti e tre i giorni della Fiera i presenti potranno sperimentare e scoprire nuovi abbinamenti tra sigari e birra.

Le tre serate di Birra Expo Piacenza saranno animate da concerti, momenti di musica live che coinvolgeranno tutti i presenti. Si inizia venerdì 6 maggio alle ore 20:00: sul palco si esibiranno i Mr. No Money Band. Il gruppo, nato a Bologna nel 2005, nel corso degli anni ha ottenuto molti riconoscimenti e ha partecipato a numerosi festival, collezionando collaborazioni italiane e internazionali. La band intratterrà il pubblico a

colpi di Rock'n'Roll, Rhythm & Blues, Boogie Woogie e Barrelhouse piano.

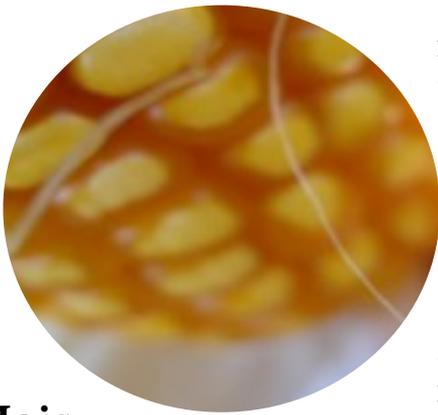
Sabato 7 maggio alle ore 20:00 protagonista sarà il Duo di Piacenza composto da Erica Opizzi e Antonio Amodeo che animerà la serata con la sua musica Folk-Revival! Per finire in bellezza, domenica 8 maggio, sempre alle ore 20:00, si esibirà la cover-band Hard Lemon. Il repertorio del gruppo musicale comprende hit rock che hanno lasciato il segno nel panorama italiano e internazionale dagli anni '70 fino ad oggi, il tutto interpretato in chiave "Hard Lemon"!

I Birrifici: Cordioli - Brew Gruff, I Beer, I Tri Bagai, Birrificio Abbà, Birrificio Aleghe, Birra Baladin, Brasseria Alpina, BSA - Birrificio Sant'Andrea, Jeb, La Buttiga, La Moncerà, Malastrana, Opera, Padus Cervisiae, Retorto, Flli Trami, Doppio Malto, Senso Libero, L'Inconsueto, Beer In, Birrificio Artigianale Terre d'Acquaviva, Birra Maraffa.

Distributori/Importatori: 2 Drink, Regalli, Buffalo Beer (F&G).

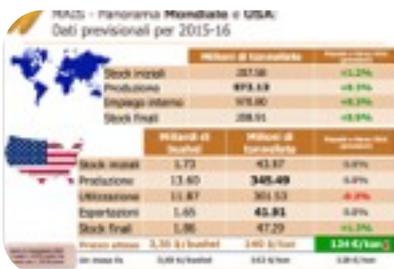
Gastronomie: Cianci Fritti (fritti misti), Cianci Hamburger (il vero hamburger di Chianina), La Cioccolateria (ristorante ligure), Pasticceria primavera (pasticceria dolce e salata), Sapori Toscani (lampredotto e porchetta del Chianti), Streetfood (patatine chips), The Black Arrow (arrosticini, pannocchie), NIP srl (formazione settore pizza, bakery).

Impianti e Operatori: Barida International (macchinari ed attrezzature per imbottigliamento bevande frizzanti), Il Museo del Bar (oggetti di collezionismo birrai), Club Amici del Toscano, Marican's (impianti per birra), Neri (magneti e orologi personalizzati).



Mais e Soia: aprile 2016 - Maggiori produzioni previste in Argentina

MAIS: Dati previsionali per



2016-17

La produzione mondiale di Mais per l'annata 2015-2016 è stimata a 972.13 Mio t, in aumento rispetto alle stime formulate il mese scorso (+2.49 Mio t), riflettendo le maggiori produzioni in Argentina, Messico e Serbia.

La produzione di Mais in Argentina è stimata in aumento (+1.0 Mio t), in conseguenza alle piogge registrate durante Febbraio e Marzo giunte dopo la siccità di Gennaio. La

produzione di Mais è prevista in aumento di 0.5 Mio t anche per Messico e Serbia, riflettendo le ultime statistiche del governo.

La produzione di Mais negli USA rimane invariata rispetto alle stime formulate a Marzo. L'utilizzo di Mais nella produzione di etanolo è in aumento (+0.63 Mio t), vista la maggiore produzione di etanolo nel mese di Marzo rispetto a quanto previsto.

Le importazioni nella UE sono stimate in diminuzione di 1.0 Mio t rispetto alle stime di Marzo, a causa di una maggiore offerta di frumento a prezzi competitivi.

In Cina si prevede un aumento dell'impiego del Mais nell'alimentazione, che ha prezzi più favorevoli del Frumento. Gli stock finali in Cina sono stimati inferiori alle stime precedenti (-2 Mio t).



SOJA: Dati previsionali per 2016-17

La produzione globale di Soia per la stagione 2015-16 è stimata a 320.15 Mio t, invariata rispetto alle stime di Marzo, con maggiori produzioni in Argentina compensate da minori produzioni in India.

La produzione di Soia in Argentina è prevista a 59 Mio t (+0.5 Mio t), con una maggior resa per i terreni, che bilancia una diminuzione delle aree coltivate.

In India la produzione di Soia è prevista a 7.5 Mio t, in diminuzione di 0.5 Mio t rispetto alle previsioni del mese scorso a causa della diminuzione delle aree coltivate e della resa dei terreni (0.66



t per ettaro).

Le esportazioni di Soia degli Stati Uniti sono previste in rialzo di 0.41 Mio t, per un totale di 46.40 Mio t, riflettendo le maggiori importazioni stimate per la Cina (+1 Mio t) e per altri paesi come Iran, Giappone, Bangladesh e Messico.

Le maggiori esportazioni previste per Brasile e Stati Uniti sono bilanciate solo parzialmente dalle riduzioni stimate per Argentina e India.



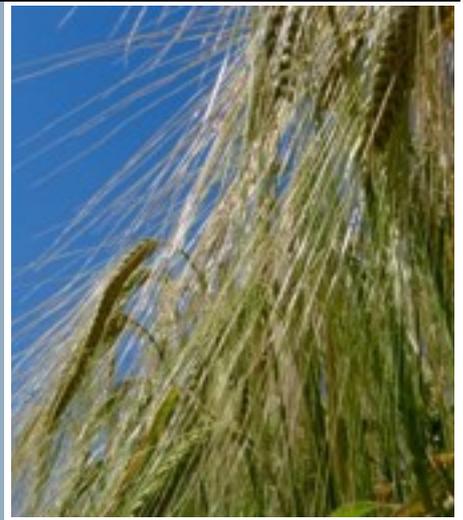


MERCATO CEREALI

Cereali e dintorni. Ancora volatilità sui mercati ma la tendenza è al rialzo.

La chiusura della scorsa settimana con i forti ribassi registrati aveva indotto a pensare che i fondi si fossero presentati all'incasso. Invece nuova ondata di rialzi già da lunedì.

(Mario Boggini - Officina Commerciale



Mercati internazionali

Cereali e dintorni. Ancora volatilità sui mercati ma la tendenza è al rialzo.

La chiusura della scorsa settimana con i forti ribassi registrati aveva indotto a pensare che i fondi si fossero presentati all'incasso. Invece nuova ondata di rialzi già da lunedì.

di Mario Boggini e Virgilio - Milano, 28 aprile 2016 -

Dopo una serie consistente di sedute al rialzo, lo scorso venerdì sera, una ondata di ribassi aveva fatto pensare che i fondi volessero andare all'incasso. Con l'apertura della nuova settimana invece è tornato il segno positivo a conferma che i fondi stanno credendo sul settore delle materie prime e si presume che i prezzi saliranno ancora.

La cinematografia dei prezzi degli ultimi giorni:

Venerdì sera:

Semi : maggio 987,00 (-31,6) luglio 996,20 (-31,2)

Farina : maggio 311,70 (-13,5) luglio 315,60 (-13,4)

Olio : maggio 33,99 (-0,22) luglio 34,30 (-0,20)

Corn : maggio 371,60 (-12,6) luglio 375,40 (-14,2)

Grano maggio 467,00 (-28,6) luglio 474,00 (-29,4) dicembre 500,20 (-27,2)

poi lunedì di nuovo il segno positivo

Semi : maggio 999,60 (+12,6) luglio 1009,60 (+13,4)

Farina : maggio 316,40 (+4,7) luglio 319,50 (+4,9)

Olio : maggio 33,90 (-0,09) luglio 34,20 (-0,10)

Corn : maggio 377,00 (+5,2) luglio 381,60 (+6,2)

Grano maggio 471,20 (+4,2) luglio 477,60 (+3,6) dicembre 504,20 (+4)

infine mercoledì sera, dopo una seduta altalenante, ancora rialzi

Semi : maggio 1017,60 (+18) luglio 1027,20 (+17,4)

Farina : maggio 323,20 (+6,9) luglio 326,60 (+7,1)

Olio : maggio 33,94 (+0,04) luglio 34,11 (+0,01)

Corn : maggio 382,20 (+5,2) luglio 387,20 (+5,4)

Grano : maggio 479,60 (+8,4) luglio 487,60 (+10) dicembre 514,00 (+9,6)

Sul **mercato domestico**, ancora poche variazioni in termini quantitativi mentre le uniche variazioni si riscontrano nei valori. Una crescita che mette ancora più in ambascia gli operatori delle filiere zootecniche vista la crisi che stanno attraversando e la scarsità di liquidità presente nelle casse aziendali.

Una situazione che però segna positività per i produttori di oleaginose che cominciano a vedere la luce in fondo al tunnel.

Indicatori internazionali 27 aprile 2016

L'Indice dei **noli** cresce sino a 704 punti, il **petrolio** sfiora 44,5 \$ e l'indice di **cambio** è 1,13142.

Indicatori del 27 aprile 2016		
Noli*	€/€	Petrolio WTI
704	1,13142	44,5\$/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

#cibus #formaggio #DOP

L'educazione del consumatore estero per contrastare il fenomeno dell'Italian Sounding

Con una previsione di 2mila top buyer stranieri Cibus rappresenta una delle più importanti occasioni per la promozione del Made in Italy e una elegante vetrina per le aziende e per il lancio di nuovi prodotti.

Parma, 30 aprile 2016 - L'Export agroalimentare italiano ha superato i 34 miliardi di euro con l'obiettivo di raggiungere la soglia dei 50 miliardi entro il 2020.

Una sfida lanciata in più occasioni dal Ministro **Maurizio Martina** chiedendo alle maggiori imprese e alle più accreditate Fiere agroalimentari, CIBUS compresa, di operare congiuntamente per aprire la strada ai prodotti di qualità nazionale così apprezzati ma altrettanto imitati in ogni angolo del mondo.

Alcune recenti stime, infatti, indicano in **60 miliardi il valore dell'Italian Sounding** che, in pratica, rappresenta quasi il doppio del totale del valore nazionale esportato.

"Riappropriarsi di una quota di quello spazio ingiustamente presidiato da improbabili imitazioni del meglio della produzione agroalimentare nazionale, è il commento di **Claudio Guidetti** CEO di Mulino Alimentare S.p.A., rappresenta un dovere morale oltre che un ottimo affare per la nostra industria alimentare.

E **Cibus** rappresenta, senza ombra di dubbio, uno dei palcoscenici più importanti da calcare per una azienda così fortemente orientata all'export quale è la nostra. Un'occasione imperdibile per presentare le nostre novità che



ci vedono coinvolti a tutto campo, dai nuovi prodotti alle novità organizzative."

Mulino Alimentare S.p.A. è uno dei big player nazionali del comparto export caseario che sta assumendo il ruolo di portabandiera delle principali DOP nazionali sulle tavole dei consumatori nord americani e in altri Paesi esteri dove è presente con quote di mercato



di rilievo. "Abbiamo aperto la strada con il Re dei formaggi facendoci capofila di un progetto di filiera solidamente radicato sul territorio d'origine, e visto l'interesse suscitato,- continua Guidetti - ma soprattutto, appurato il successo del modello, lo abbiamo esteso anche a altre DOP italiane contribuendo a quel processo di educazione alimentare indispensabile a fare apprezzare il vero e unico gusto delle nostre produzioni regionali in campo caseario."

Parmigiano Reggiano, Grana Padano ma anche Pecorino Romano e Asiago, per citare i più noti formaggi nazionali che hanno intrapreso la strada dell'export, attraverso Mulino Alimentare il cui fatturato si realizza per il 70% oltre i confini nazionali (a fronte di una media export del settore del 25% circa).

Molte le novità che l'azienda parmense presenterà al prossimo e imminente CIBUS in programma a **Parma dal 9 al 12 maggio**. Sul fronte dei prodotti, oltre all'ampliamento delle DOP italiane di pregio entrate nella gamma aziendale, val la pena di citare le nuove selezioni di [Parmigiano Reggiano "Bio"](#) per soddisfare il sempre più crescente interesse dei consumatori, e i



"Cubotti", le monoporzioni custodite nelle pratiche confezioni ad alto contenuto di servizio.

Sul fronte **organizzativo e della qualità**, Mulino Alimentare si presenta con il definitivo consolidamento della "Filiera" del Parmigiano Reggiano e con il nuovo e più funzionale stabilimento in via di costruzione nelle immediate vicinanze del casello autostradale di Parma e che sarà inaugurato entro la primavera del prossimo anno.





#cibus2016 #eventi
#parma

Dal 9 maggio
prende il via la
18esima edizione
di Cibus



ingresso di oltre 1.300mq; i parcheggi antistanti a questo ingresso sono stati totalmente asfaltati e l'esterno dei padiglioni è stato rimodellato da un ammodernamento grafico".

CIBUS 2016 sarà inaugurato lunedì 9 maggio a Parma dal Ministro delle Politiche Agricole, Maurizio Martina, per proseguire fino al 12 maggio.

di **Virgilio** Parma 28 aprile 2016 - Ai blocchi di partenza la 18esima edizione di CIBUS, la piattaforma per eccellenza dell'industria alimentare per incrementare gli scambi con i mercati esteri.

Forte di una **expertise di oltre 35 anni**, sviluppata ulteriormente nel semestre di Expo2015 con l'arrivo di centinaia di top buyer esteri nel padiglione "Cibus è Italia", Cibus intanto procede con la sua evoluzione da fiera leader di settore a piattaforma permanente di conoscenza e promozione per supportare l'export agroalimentare italiano.

Sulla scia del dopo Expo anche i numeri sono da record: **3 mila espositori** su un'area di **130mila metri quadri**, **70mila visitatori attesi**, di cui **15mila dall'estero**. Arriveranno **2mila top buyer** da ogni continente, grazie alla collaborazione con **ICE Agenzia** e ad un investimento complessivo di oltre 3 milioni di euro, grazie anche all'importante contributo da parte del Governo - attraverso il Ministero dello Sviluppo Economico - nel quadro di programma promozionale del Made in Italy agroalimentare "The Extraordinary Italian Taste". In concomitanza con l'evento fieristico si terranno il "World Food Research and Innovation Forum" e l'assemblea annuale di Federalimentare.

"Cibus è una fiera in continua crescita - ha dichiarato **Gian Domenico Auricchio**, **Presidente di Fiere di Parma**, in occasione della conferenza stampa dello scorso 20 aprile - per il volume d'affari che genera, per notorietà internazionale ed anche come numeri: gli espositori aumentano dell'11% rispetto alla precedente edizione e i metri quadrati lordi d'esposizione dell'8%. Il quartiere fieristico è sempre più moderno e funzionale: all'ingresso ovest è stato rimontato il padiglione che ha ospitato CIBUSseITALIA ad Expo2015 offrendo un

3mila aziende che presidiano tutti i settori merceologici: carni e salumi, formaggi e latticini, gastronomia ultrafresco e surgelati, pasta conserve condimenti, prodotti dolciari e da forno, la Quarta Gamma, le bevande, prodotti tipici e regionali, ed altro ancora. Tra le novità una sezione dedicata ai prodotti freschi e freschissimi, una dedicata all'ittico ed una ai prodotti certificati Halal e Kosher (www.cibus.it).

Da record anche le centinaia di innovazioni di prodotto che saranno presentate a Cibus a testimonianza di un grande dinamismo delle aziende italiane che punta a conquistare nuove spazi sui mercati esteri, così come a contribuire al rilancio dei consumi familiari in Italia. Crescono i prodotti biologici, gluten free e vegani come pure il ricorso a packaging più rispettosi dell'ambiente. Informazioni dettagliate sui nuovi prodotti saranno disponibili sul sito **Cibus.it a partire dal 6 maggio**.

Per Cibus 2016 è stato rinnovato ed ampliato il **Fuorisalone**, il programma di attività nelle strade e nelle piazze di Parma: **Cibus in Fabula**, dal 30 aprile al 20 maggio con 13 opere di street art su tele monumentali di 70mq realizzati da artisti internazionali e curate dal creativo multidisciplinare Felice Limosani espone all'Ospedale Vecchio. **I 13 murali saranno messi all'asta a favore della ONG Oxfam Italia** che in 90 Paesi sviluppa progetti per una vita sostenibile e per il diritto all'acqua. Il Fuorisalone prevede degustazioni, spettacoli, animazione per bambini, cabaret, ed altro.

Cibus è anche la cornice scelta dal Sistema Parma per invitare i delegati delle **Città Creative UNESCO** per la Gastronomia.

CIBUS

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

cibus@nuovaeditoriale.net

www.cibusonline.net

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

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

www.nuovaeditoriale.net

codice fiscale - partita iva
01887110342

iscritta al registro imprese di
Parma 24929

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

direttore responsabile
lamberto colla





[Pasta Andalini](#)



Innovazione nella tradizione

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



www.Agristore.it



[Confcooperative Parma](#)



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

[Soluzioni Avanzate Logistica Alimentare Srl](#)

[Power Energia
Società Cooperativa](#)



[ITE
Italian Tourism Expo](#)

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

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

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



profumata grazie alla miscela moderna di luppoli aromatici.

Non filtrata, non pastorizzata.

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

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

Non filtrata, non pastorizzata.

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

Per contatti e informazioni:

FROG.NET

www.frognet.it -

mail: info@frognet.it

tel: 392.9511643



MariLU Amber

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



MariLU Blonde

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



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



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

q u a l i Chardonnay e Pinot Bianco e la



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

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

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

