

## AGRICOLTURA:CIBUS;CONFAGRI, SERVE GIOCO SQUADRA PIU' STRETTO

(ANSA) - ROMA, 15 APR - "Un gioco di squadra sempre piu'

stretto per la filiera alimentare". Questo il concetto che sta dietro alla partecipazione di Confagricoltura a Cibus Tour, la rassegna che debutta oggi a Parma con la "mission" di portare il consumatore a conoscere l'intera realta' del "Made in Italy" alimentare.

Le linee che Confagricoltura indica per un rilancio della grande Italia del cibo sono "cultura d'impresa, sviluppo del valore nella filiera alimentare, innovazione e ricerca. Un percorso che si snoda attraverso relazioni sempre piu' strette tra grande distribuzione, produttori e industrie di trasformazione, in cui si affrontano temi nodali come i trend di mercato, la logistica, il packaging, le politiche commerciali". Tutto questo, precisa l'organizzazione degli imprenditori agricoli, Confagricoltura lo ha gia' trasformato in una sorta di "road map" nel suo progetto "Futuro Fertile". Cultura d'impresa, secondo Confagricoltura, significa anche innovazione e ricerca, che non sono antitesi della qualita', ma un supporto continuo al miglioramento delle produzioni made in Italy.

La logica finale dell'associazione e' quella di stabilizzare il ruolo portante del settore agricolo nell'economia nazionale, inserendolo nel dibattito da cui debbono scaturire le scelte politiche funzionali alla crescita del Paese. (ANSA).

## FIERE: CIBUS TOUR; FEDERALIMENTARE, CI AVVICINA A CONSUMATORI DESSERT ECO-COMPATIBILE VINCITORE CONCORSO INNOVAZIONE TROPHELIA

(ANSA) - ROMA, 15 APR - "Cibus Tour e' un'occasione unica

per favorire il rapporto con i consumatori". Lo afferma il presidente di Federalimentare, Filippo Ferrua, in occasione dell'inaugurazione di Cibus Tour, la nuova fiera dedicata ai

prodotti alimentari d'eccellenza.

"L'industria alimentare, nonostante l'attraversamento di un lungo periodo di difficoltà dal 2007 ad oggi, ha dimostrato una volta di più - aggiunge Ferrua - di essere radicata, solida, anticiclica e soprattutto di essere proiettata in Europa e nel mondo, come risulta dall'aumento dell'export dell'11% nel 2010". "I consumi in Italia continuano purtroppo ad essere stagnanti se non addirittura regressivi - continua Ferrua - Ma le nostre 6.500 imprese possono viaggiare all'estero solo se rimangono forti nel Paese: vanno quindi rilanciati i consumi interni, liberalizzati i servizi, favorito l'inserimento dei giovani e delle donne nel mondo del lavoro, stabilizzati i redditi ed il potere d'acquisto".

"Gran parte del rilancio dei consumi, soprattutto quelli di qualità - conclude Ferrua - passa attraverso la curiosità e l'informazione del consumatore. Cibus Tour rappresenta in tal senso una grande occasione per far conoscere più da vicino le nicchie più interessanti, i percorsi di filiera ancora poco noti, l'impegno e la responsabilità dei produttori nel garantire alimenti buoni e sicuri".

Intanto l'innovazione alimentare viene premiata a Cibus Tour: è un dessert cremoso, da servire freddo, a base di frutta rigorosamente italiana e packaging ecologico il vincitore del concorso 'Trophelia' sull'innovazione lanciato da Federalimentare tra gli studenti universitari. Il nuovo dessert

si chiama "Centocinquanta", dai tre colori della bandiera italiana, in omaggio alla ricorrenza dell'Unita' d'Italia.

I vincitori, che hanno gareggiato sotto l'insegna della societa' virtuale "Sweetme", rappresenteranno l'Italia nella competizione internazionale Trophelia Europa in occasione della Fiera Anuga il prossimo ottobre a Colonia. (ANSA).

**ZOOTECNIA: INAUGURATE COMMISSIONI UNICHE PREZZI SUINICOLTURA (ANSA) - PARMA, 15 APR - In concomitanza con Cibus Tour, e'**

stato inaugurato a Parma l'avvio dei lavori delle Commissioni Uniche Nazionali "tagli di suino" "e grasso e strutto" istituite in esecuzione del Protocollo d'intesa suinicolo, sottoscritto dal tavolo tecnico del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali il 5 dicembre 2007. La Commissione sara' ospitata dalla Borsa Merci di Parma ogni venerdi'.

Le Commissioni Uniche Nazionali formulano previsioni sull'andamento dei prezzi nella settimana successiva per tutto il mercato nazionale. Cio' le differenzia dalle Borse merci che rilevano a posteriori i prezzi all'ingrosso di merci che, per volume delle contrattazioni, rivestono localmente particolare importanza sul territorio provinciale delle singole Camere di Commercio. All'inaugurazione hanno partecipato i principali Rappresentanti Istituzionali del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, della Regione, della Provincia e della citta' di Parma, presenti Franco Boni, Presidente Fiere

Parma, Lisa Ferrarini, Presidente di Assica (Associazione Industriali delle Carni), Andrea Zanlari, Presidente Camera di Commercio Parma. (ANSA).

PARMALAT:ROMANO,TREMONTI IMPEGNATO PER MANTENERE ITALIANITA' (ANSA) - PARMA, 15 APR - "Tremonti e' impegnato a creare una

cordata che possa mantenere l'italianita' di Parmalat. E' un simbolo del nostro mercato agroalimentare nel mondo ma soprattutto, per quanto riguarda il mercato interno, va tutelato l'indotto di Parmalat stessa ed il ministro dell'agricoltura non puo' che difendere i produttori italiani". Ospite a Parma di Cibus Tour, la fiera dei prodotti alimentari italiani d' eccellenza artigianali ed industriali, il ministro dell' Agricoltura Saverio Romano ha risposto cosi' ai giornalisti sul futuro di Parmalat.

"Sulla questione c'e' poi un problema geopolitico, con la Francia non stiamo andando molto d'accordo - ha aggiunto il ministro - Io sono tra coloro i quali sostengono che vada trovata un'intesa perche' poi l'Europa ci lascia soli. Bisogna dialogare anche sul piano legislativo, ovvero se c'e' un provvedimento di legge che tutela gli altri paesi deve andare bene anche per i settori strategici italiani". (ANSA).

GIAPPONE: ROMANO,RAFFORZARE CONTROLLI SU PRODOTTI ALIMENTARI (ANSA) - PARMA, 15 APR - "Dobbiamo rafforzare i controlli.

Non solo sui prodotti giapponesi ma su tutti i prodotti che arrivano in Italia. Noi abbiamo registrato gia' alcuni successi, ma non basta. Nelle mie prossime scelte ci sara' proprio quella

di rafforzare le verifiche sulla sicurezza alimentare". Ospite di Cibus Tour, il salone delle eccellenze alimentari italiane agricole ed industriali in corso alle Fiere di Parma, il ministro delle Politiche Agricole Saverio Romano ha risposto così ai giornalisti che gli chiedevano sui timori dell'arrivo in Italia di prodotti alimentari radioattivi del Giappone.

Rischi? Il rischio è che entri della merce che non va bene - ha poi risposto Romano - Prodotti che spesso sono anche a prezzi competitivi. Così prima disturbano i nostri produttori e poi i consumatori. (ANSA).

**ALIMENTARE: ROMANO, IMPEGNO PARTICOLARE SU ETICHETTATURA**  
(ANSA) - PARMA, 15 APR - Tutela della qualità, della

identità e della territorialità. Questa la ricetta per proteggere il made in Italy dagli attacchi del mercato internazionale, impegnandosi in particolare nel settore dell'etichettatura. Lo dice il ministro delle politiche agricole e forestali Saverio Romano oggi ospite a Parma di Cibus Tour, la fiera dei prodotti alimentari italiani d'eccellenza artigianali ed industriali.

"Il mercato agroalimentare è importantissimo per il nostro bilancio, è la seconda fonte di entrate e rappresenta quindi un settore strategico per la nostra economia - ha spiegato il ministro Romano - Tutto ciò che serve a sottolineare la qualità del prodotto italiano e a tutelarla diventa un volano per tutta la nostra economia. Fiere come queste servono a

promuovere non solo le nostre eccellenze ma anche a far conoscere meglio anche a noi stessi quanto di buono sappiamo produrre".

Per tutelare i prodotti italiani il Ministero e' pronto ad impegnarsi in particolare nel settore dell'etichettatura. "Gia' dalla prossima settimana emaneremo il decreto per l'etichettatura dell'olio, poi provvederemo a costituire un tavolo tecnico per il pomodoro e l'ortofrutta - ha spiegato Romano - Vogliamo fare una battaglia perche' a livello europeo l'etichettatura possa essere estesa a tutte le produzioni agricole".

Un settore, quello agroalimentare, che soffre nel mercato interno piu' che nell'export. "Si vive la stessa situazione che sta succedendo per i vini - ha concluso Romano - A fronte di un export in aumento del 12 per cento, c'e' stato un meno tre per cento nel mercato nazionale. La crisi economica e' ovvio che incida ma lavorando ancora di piu' sulla tracciabilita' dei nostri prodotti e, in piu', puntando sulla lotta alla contraffazione possiamo recuperare fette importanti di mercato che vengono abbinate da prodotti stranieri che italiani non sono, ma che li simulano ingannando il consumatore". (ANSA).

**ALIMENTARE:DE CASTRO,SISTEMA CERTIFICAZIONE SARA' PIU' SOLIDO (ANSA) - PARMA, 15 APR - "Il sistema di certificazione europeo sara' piu' solido e in grado di dare piu' forza ai consorzi dei prodotti di qualita' dop e igp". Paolo De Castro,**

presidente della commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale del Parlamento Europeo, oggi a Parma per l'apertura di Cibus Tour, il salone dei prodotti alimentari italiani d'eccellenza, punta sul rafforzamento dei consorzi di qualita' sia a livello italiano che europeo.

"La qualita' - ha detto - e' una condizione necessaria ma non sufficiente. Noi dobbiamo fare in modo che la qualita' sia supportata da politiche che rafforzino questi enti, che saranno piu' capaci di gestire il mercato e di esserne protagonisti. Perche' non va dimentichiamo che l'Italia e' il primo paese come export nel settore con 25 miliardi di euro; e' nostro dovere difendere questo settore".

Nei prossimi giorni, spiega l'ex ministro, il tema sara' al centro del dibattito al parlamento di Bruxelles. "Ci sono norme importanti che da anni i nostri consorzi dei prodotti di qualita' dop e igp vorrebbero superare, in particolare le difficolta' con l'Antitrust italiano. Siamo forse vicini alla soluzione - ha concluso De Castro - Noi, come parlamento europeo, approveremo una risoluzione per applicare queste norme, poi ci sara' la battaglia nel consiglio dei ministri dell'agricoltura europei che speriamo voglia appoggiarci".

(ANSA).

**ALIMENTARE:AL VIA CIBUS TOUR,SALONE ECCELLENZA MADE IN ITALY  
MINISTRO ROMANO A INAUGURAZIONE,BENE EXPORT MA CONCORRENZA FORTE  
(ANSA) - PARMA, 15 APR - Gli organizzatori l'hanno definita**

un viaggio nei saperi del territorio, nella salute e

nell'eccellenza alimentare del Made in Italy. E non e' un caso che negli stand dei padiglioni delle Fiere di Parma sia rappresentato tutto lo Stivale che produce e promuove la qualita' tricolore.

A differenza di Cibus, che tornera' il prossimo anno, sempre a Parma, Cibus Tour punta sul grande pubblico dei consumatori con appuntamenti dedicati agli assaggi, alle degustazioni, agli show cooking, oltre che convegni e seminari.

Il giorno di apertura della Fiera ha visto a Parma il ministro delle politiche agricole Saverio Romano e il presidente della commissione europea per l'agricoltura Paolo de Castro. Entrambi hanno sottolineato il valore di manifestazione di questo tipo per la filiera agroalimentare italiana, sempre piu' forte all'estero ma alle prese con una concorrenza globale.

Cibus Tour ospita le degustazioni e le presentazioni di decine di prodotti Dop dell'Associazione Italiana Consorzi Indicazioni Geografiche (Aicig) e, con il ruolo attivo di Buonitalia, concentrera' l'attenzione anche sul tema dei cibi biologici e sulle mense scolastiche.

Uno spazio particolare e' poi riservato alla sezione 'Po(r)co Ma Buono', un grande spazio organizzato con Slow Food e dedicato alla filiera del maiale con un ricco ed ampio programma di laboratori e percorsi educativi per le scuole.

Presente anche il Ministero delle politiche agricole con uno stand Nucleo antifrodi dei Carabinieri. I visitatori possono

porgere domande e chiedere informazioni ai carabinieri sul tema delle frodi alimentari e documentarsi nell'ambito del progetto per diffondere la cultura della legalita' e della sicurezza alimentare. (ANSA).

**ANSA/ ALIMENTARE: 'ITALIAN SOUNDING' BATTE MADE IN ITALY 2 A 1 CONFAGRI, 6 MLN EURO L'ORA DANNO A EXPORT, SERVONO PALETTI (ANSA) - ROMA, 16 APR - Sei milioni di euro all'ora: e' il**

danno al fatturato del made in Italy agroalimentare, secondo la Confagricoltura, causato dal cosiddetto 'Italian sounding', vale a dire quell'insieme di prodotti che, con immagini, nomi e colori evocano quelli italiani, ma nulla hanno a che fare con la qualita', la cultura, le tradizioni del made in Italy. Un fenomeno diffusissimo: nella sola Ue batte il vero made in Italy per due a uno: due prodotti 'italian sounding' venduti per ogni prodotto autentico.

"Una perdita che alla fine dell'anno ammonta a oltre 54 miliardi di euro, cifra ben piu' grande di quella rappresentata dal mercato della contraffazione agroalimentare vera e propria, che vale 6 miliardi di euro" dice Confagricoltura in occasione di Cibus Tour, sottolineando come quello che e' stato definito il mercato del falso e delle suggestioni, quel 'sembrare italiano' senza esserlo, "sia una vera mina vagante per il nostro export agroalimentare, che, con i suoi quasi 28 miliardi di euro di fatturato nel 2010, rappresenta la punta di lancia delle esportazioni italiane".

"Mentre l'agropirateria, cioe' la contraffazione vera e

propria, e' un illecito perseguibile penalmente, l'italian sounding costituisce un enorme business che si muove in una zona grigia e puo' essere combattuto solo attraverso regole e accordi internazionali, che consentano di assicurare una totale trasparenza sulla qualita' delle materie prime e sui processi produttivi utilizzati dagli operatori della filiera" afferma l'organizzazione agricola.

Un'azione indifferibile e necessaria, soprattutto in aree della massima importanza commerciale, come gli Stati Uniti e il Canada, dove il 'simil-italiano' supera il vero made in Italy di quasi 10 a 1 (nel Nord America la riconquista delle quote di mercato 'scippate' vale 24 miliardi di euro, a cui si aggiungono tre miliardi di contraffazione vera e propria). Ma anche nella piu' tutelata Europa la falla dell'export e' grave, con un rapporto appunto di 2 ad 1.

"Agricoltura e alimentari - sottolinea Confagricoltura - contano ormai per l'8% delle esportazioni nazionali complessive e, cosa ben piu' importante, la loro quota sul totale delle vendite all'estero si e' consolidata ed e' cresciuta negli ultimi anni, muovendosi in controtendenza sul resto del sistema export nazionale. Ma per rimanere competitive, le nostre aziende devono necessariamente riappropriarsi della zona grigia dell'Italian sounding".

"Per questo - conclude Confagri - occorrono adeguate campagne di informazione e iniziative di promozione, per far

comprendere ai consumatori stranieri la differenza tra i prodotti. Ma soprattutto, in sede Wto vanno rilanciati due temi: la tutela del sistema comunitario delle indicazioni geografiche e gli standard produttivi in campo ambientale e sociale". (ANSA).

ALIMENTARE: IN 30.000 AL CIBUS TOUR, SALONE ECCELLENZE (ANSA) - PARMA, 17 APR - Ha chiuso oggi a Parma la tre giorni

fieristica di 'Cibus Tour', il salone delle eccellenze alimentari italiane. Nonostante fosse la prima edizione, oltre trentamila appassionati di enogastronomia hanno affollato gli stand dei produttori artigianali affiancati alle grandi firme dell'industria alimentare.

A differenza di Cibus, che tornera' il prossimo anno (7-10 maggio), 'Cibus Tour' ha puntato sul grande pubblico dei consumatori con appuntamenti dedicati agli assaggi, alle degustazioni e agli show cooking. Spazio anche a convegni e seminari come la tavola rotonda di oggi sul consumo consapevole dei salumi nell'area "Po(r)co Ma Buono", allestita da Slow Food Italia. Sul fronte della promozione dei prodotti made in Italy nel mondo, presentato l'accordo fra il consorzio tipico della pancetta affumicata della Val Venosta con la piu' importante catena internazionale di fast food per distribuire il prodotto in Repubblica Ceca.

"Abbiamo schierato in questo 'marketing engagement' tutta la filiera dell'alimentare: dalle aziende agricole agli artigiani

di Slow Food, dai produttori del biologico alla grande distribuzione, dai pubblici esercizi alla ristorazione collettiva - ha commentato Elda Ghiretti, Brand Manager Cibus - L'obiettivo di questo work in progress e' di qualificare sempre piu' i prodotti dell'industria agroalimentare e siamo certi di poter cogliere gia' a Cibus 2012 quanto seminato in questo Cibus Tour". (ANSA).