



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Rassegna Stampa Fedagro del 28 giugno 2018



Paolo Bruni con il presidente di Fedagro Di Pisa

UNO SPAZIO DI DIALOGO E COOPERAZIONE PER VALORIZZARE LA FILIERA

Fedagro entra in Cso Italy: «Insieme per l'ortofrutta»

FEDAGROMERCATI Nazionale entra in CSO Italy - Centro Servizi Ortofrutticoli con l'obiettivo di rendere sempre più efficiente la filiera nel suo complesso e migliorare le potenzialità dell'ortofrutta italiana attraverso la collaborazione di tutti gli attori della filiera. L'adesione della Federazione contribuisce a rendere ancora più completo il tavolo di CSO Italy per aumentare la competitività delle imprese associate,

creando uno spazio di dialogo e di cooperazione per affrontare in modo coeso le problematiche comuni del comparto, promuovere la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli e sviluppare nuove iniziative sia nel territorio nazionale sia all'estero. «In un momento particolare come questo – spiega il presidente di Fedagro Valentino Di Pisa – in cui ci troviamo, due realtà importanti come Fedagro e CSO Italy, che fino

ad oggi hanno agito su piani paralleli, finalmente decidono di unirsi perché quello che conta è rilanciare la categoria nel suo complesso e questo possiamo farlo solamente lavorando insieme». «La sfida competitiva dell'ortofrutta italiana – commenta il presidente di CSO Italy Paolo Bruni – richiede necessariamente la sinergia di tutti gli attori della filiera. Sono lieto ed onorato di poter annoverare la Fedagro Nazionale fra i soci di CSO Italy».

ORTOFRUTTA

Un patto sulla filiera Fedagromercati sceglie di entrare in Cso Italy

Fedagromercati Nazionale entra in Cso Italy (Centro Servizi Ortofrutticoli) con l'obiettivo di rendere sempre più efficiente la filiera nel suo complesso e migliorare le potenzialità dell'ortofrutta italiana attraverso la collaborazione di tutti gli attori della filiera. L'adesione della Federazione contribuisce a rendere ancora più completo il tavolo di Cso Italy per aumentare la competitività delle imprese associate, creando uno spazio di dialogo e di cooperazione per affrontare in modo coeso le problematiche comuni del comparto, promuovere la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli e sviluppare nuove iniziative sia nel territorio nazionale sia all'estero.

«Questa collaborazione - spiega il presidente di Fedagro Valentino Di Pisa - è una grande opportunità per il settore, anche grazie al suo valore simbolico: in un momento talmente particolare come



Paolo Bruni e Valentino Di Pisa

questo in cui ci troviamo, due realtà importanti come Fedagro e Cso Italy, che fino ad oggi hanno agito su piani paralleli finalmente decidono di unirsi».

«La sfida competitiva dell'ortofrutta italiana - dichiara il presidente di Cso Italy Paolo Bruni - richiede necessariamente la sinergia di tutti gli attori della filiera. Sono lieto ed onorato di poter annoverare la Fedagro Nazionale fra i soci». —

BY-NC-ND ALCSO/DIRITTI RISERVATI

Fedagromercati entra nel Cso Italy



Fedagromercati Nazionale entra in **Cso Italy** (Centro servizi ortofrutticoli) con l'obiettivo di rendere sempre più efficiente la filiera nel suo complesso e migliorare le potenzialità dell'ortofrutta italiana attraverso la collaborazione di tutti gli attori della filiera. L'adesione della Federazione contribuisce a rendere ancora più completo il tavolo del Cso per aumentare la competitività delle imprese associate, creando uno spazio di dialogo e di cooperazione per affrontare in modo coeso le problematiche comuni del comparto, promuovere la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli e sviluppare nuove iniziative sia nel territorio nazionale sia all'estero.

"Questa collaborazione - dichiara il presidente di **Fedagro Valentino Di Pisa** - è una grande opportunità per il settore, anche grazie al suo valore simbolico: in un momento talmente particolare come questo in cui ci troviamo, due realtà importanti come **Fedagro** e Cso Italy, che fino a oggi hanno agito su piani paralleli, finalmente decidono di unirsi perché quello che conta è rilanciare la categoria nel suo complesso e questo possiamo farlo solamente lavorando insieme".

"La sfida competitiva dell'ortofrutta italiana - commenta il presidente di Cso Italy, **Paolo Bruni** - richiede necessariamente la sinergia di tutti gli attori della filiera. Sono lieto ed onorato di poter annoverare la **Fedagro Nazionale** fra i soci di Cso Italy".

Da Italiafruit News

FEDAGRO ENTRA IN CSO ITALY



Fedagromercati Nazionale entra in CSO Italy – Centro Servizi Ortofrutticoli con l’obiettivo di **rendere sempre più efficiente la filiera nel suo complesso** e migliorare le potenzialità dell’ortofrutta italiana attraverso la collaborazione di tutti gli attori della filiera. L’adesione della Federazione “contribuisce a rendere ancora più completo il tavolo di CSO Italy per aumentare la competitività delle imprese associate, creando uno spazio di dialogo e di cooperazione per affrontare in modo coeso le problematiche comuni del comparto, promuovere la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli e sviluppare nuove iniziative sia nel territorio nazionale sia all’estero”.

Per il Presidente di **Fedagro Valentino Di Pisa** in merito: “Questa collaborazione è una grande opportunità per il settore, anche grazie al suo valore simbolico: in un momento talmente particolare come questo in cui ci troviamo, due realtà importanti come **Fedagro** e CSO Italy, che fino ad oggi hanno agito su piani paralleli, finalmente decidono di unirsi perché quello che conta è rilanciare la categoria nel suo complesso e questo possiamo farlo solamente lavorando insieme”.

Il Presidente di CSO Italy Paolo Bruni commenta: “La sfida competitiva dell’ortofrutta italiana richiede necessariamente la sinergia di tutti gli attori della filiera. Sono lieto ed onorato di poter annoverare la **Fedagro Nazionale** fra i soci di CSO Italy”.

Dal Corriere Ortofrutticolo

Fedagromercati entra in CSO Italy: insieme per la valorizzazione della filiera ortofrutticola italiana



Fedagromercati Nazionale entra in **CSO Italy - Centro Servizi Ortofrutticoli** con l'obiettivo di rendere sempre più efficiente la filiera nel suo complesso e migliorare le potenzialità dell'ortofrutta italiana attraverso la collaborazione di tutti gli attori della filiera.

L'adesione della Federazione contribuisce a rendere ancora più completo il tavolo di CSO Italy per aumentare la competitività delle imprese associate, creando uno spazio di dialogo e di cooperazione per affrontare in modo coeso le problematiche comuni del comparto, promuovere la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli e sviluppare nuove iniziative sia nel territorio nazionale sia all'estero.



Paolo Bruni e **Valentino Di Pisa**

La dichiarazione del Presidente di **Fedagro Valentino Di Pisa** in merito: "Questa collaborazione è una grande opportunità per il settore, anche grazie al suo valore simbolico: in un momento talmente particolare come questo in cui ci troviamo, due realtà importanti come **Fedagro** e CSO Italy, che fino ad oggi hanno agito su piani paralleli, finalmente decidono di unirsi perché quello che conta è rilanciare la categoria nel suo complesso e questo possiamo farlo solamente lavorando insieme".

Il commento del Presidente di CSO Italy **Paolo Bruni**: "La sfida competitiva dell'ortofrutta italiana richiede necessariamente la sinergia di tutti gli attori della filiera. Sono lieto ed onorato di poter annoverare la Fedagro Nazionale fra i soci di CSO Italy".

Da Freshplaza.it

Fedagromercati entra nella compagine di CSO Italy



Paolo Bruni (a sinistra) con Valentino Di Pisa

Fedagromercati Nazionale entra in CSO Italy – Centro Servizi Ortofrutticoli con l’obiettivo di rendere sempre più efficiente la filiera nel suo complesso e migliorare le potenzialità dell’ortofrutta italiana attraverso la collaborazione di tutti gli attori della filiera. L’adesione della Federazione contribuisce a rendere ancora più completo il tavolo di CSO Italy per aumentare la competitività delle imprese associate, creando uno spazio di dialogo e di cooperazione per affrontare in modo coeso le problematiche comuni del comparto, promuovere la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli e sviluppare nuove iniziative sia nel territorio nazionale sia all’estero.

“Questa collaborazione è una grande opportunità per il settore, anche grazie al suo valore simbolico: in un momento talmente particolare come questo in cui ci troviamo, due realtà importanti come **Fedagro** e CSO Italy, che fino ad oggi hanno agito su piani paralleli, finalmente decidono di unirsi perché quello che conta è rilanciare la categoria nel suo complesso e questo possiamo farlo solamente lavorando insieme”, ha dichiarato **Valentino Di Pisa, presidente di Fedagromercati**, mentre per il **Presidente di CSO Italy Paolo Bruni** “la sfida competitiva dell’ortofrutta italiana richiede necessariamente la sinergia di tutti gli attori della filiera. Sono lieto ed onorato di poter annoverare la **Fedagro Nazionale** fra i soci di CSO Italy”.

Da Italianfoodtoday.it

FEDAGRO VISITA IL MERCATO DI TORINO: “IMPORTANTE OCCASIONE DI CONFRONTO”



Ieri si è tenuta una visita al Caat, Centro agroalimentare di Torino, organizzata dall'associazione territoriale di **Fedagromercati A.P.G.O** alla presenza del **presidente Stefano Cavaglià**, del presidente di **Fedagromercati nazionale**, **Valentino Di Pisa**, e del **presidente del Caat, Marco Lazzarino**. All'incontro hanno partecipato i grossisti per incontrare il presidente Di Pisa e dar vita ad una giornata di dialogo con tutti gli attori coinvolti nella struttura. Si è tenuto inoltre il consiglio direttivo dell'associazione territoriale a cui ha presenziato anche il presidente onorario di **Fedagromercati nazionale**, **Ottavio Guala**.

Stefano Cavaglià, presidente di **A.P.G.O – Fedagro Torino** ha commentato così: “Ringrazio il presidente per essere venuto qui, rappresenta molto per i nostri operatori e per l'associazione locale. La situazione di tutti Mercati oggi è abbastanza critica, ma Torino continua ad essere un Mercato efficiente grazie ai sacrifici dei grossisti ed alla loro tenacia. La nostra associazione, sia a livello territoriale sia nazionale, sta lavorando sodo per la categoria ed oggi (ieri per chi legge, ndr) è stata un'occasione di confronto su vari argomenti “caldi” come gli orari di lavoro, i costi delle aziende ed il ricambio generazionale”.

Per il presidente **Di Pisa** “l'incontro di questa mattina (ieri per chi legge, ndr) è stata un'occasione di dialogo costruttivo e di scambio con gli operatori sugli argomenti principali del nostro settore come gli orari. Torino è un mercato operativo e rappresenta una realtà di grande importanza sia per il comparto sia per la Federazione”.

Dal Corriere Ortofrutticolo

«Mercato di Milano in crisi? No. E lo sviluppo è alle porte»



Cesare Ferrero (nella foto), presidente di **Sogemi** - società di gestione dei mercati all'ingrosso di Milano - ha inviato in redazione una lettera con alcune precisazioni e considerazioni inerenti la situazione della struttura milanese. La pubblichiamo integralmente:

*Leggo l'articolo pubblicato martedì 19 giugno dal titolo "Volumi e aziende: tutti i numeri dei Mercati" e i successivi interventi di **Fausto Vasta**, presidente dell'Associazione Grossisti Ortofrutticoli di Milano e **Valentino Di Pisa**, presidente nazionale dei grossisti di **Fedagro Confcommercio**. Personalmente non condivido gli allarmismi di crisi del mercato di Milano e delle difficoltà del sistema dei Mercati all'ingrosso in Italia. Anzi, un recente studio di settore svolto da Bain & Co primaria società di consulenza strategica, ha evidenziato che i Mercati all'ingrosso hanno consolidato un posizionamento strategico e cruciale nella distribuzione agroalimentare italiana.*

Probabilmente i dati relativi ai quantitativi commercializzati nei mercati da Voi pubblicati possono trarre in inganno e alcune precisazioni possono permettere una migliore lettura. Sogemi, ente gestore del Comprensorio agroalimentare di Milano, rileva i dati relativi ai volumi in ingresso in modo statistico (a campione sui mezzi conferenti merci in ingrosso), in modo manuale (attraverso la rilevazione di documenti di trasporto) e in modo indifferenziato (senza distinzione tra merce in ingresso per punti vendita all'ingrosso o per piattaforme logistiche). E' per noi evidente che i dati così raccolti non possano essere considerati quali quantitativi commercializzati nei Mercati.

Proprio in seno a Italmercati si è avviata una attenta analisi per meglio comprendere l'omogeneità e significatività dei dati raccolti dai vari Mercati aderenti. Non vi sono quindi elementi oggettivi per affermare che il Mercato di Milano sia in crisi. Certo l'infrastruttura del mercato ortofrutticolo necessita di importanti interventi di riqualificazione ma, come noto, sono stati già deliberati dal Consiglio Comunale di Milano investimenti per circa 100 milioni di euro.

Purtroppo le procedure di affidamento lavori della pubblica amministrazione, di cui SogeMi fa parte quale controllata del Comune non permettono la medesima celerità di un operatore privato. Il percorso di sviluppo è tuttavia intrapreso e progressivamente vedremo affermarsi la centralità dei Mercati all'ingrosso ortofrutticolo, ittico, fiori e carni di Milano.

**Di Cesare Ferrero, presidente Sogemi*

Da Italiafruit News

Il ministro Centinaio incontra gli assessori regionali



Si è tenuto ieri il primo incontro tra il ministro **Gian Marco Centinaio** e gli assessori regionali all'agricoltura. All'incontro hanno partecipato anche i due sottosegretari, **Alessandra Pesce** e **Franco Manzato**. Diversi gli argomenti trattati: la riforma della Politica agricola comune e il taglio dei fondi europei destinati all'agricoltura, la riforma di Agea, l'etichettatura e la tracciabilità dei prodotti Made in Italy.

“Oggi – ha dichiarato il ministro Centinaio - avviamo una nuova stagione di confronto tra il ministero e le Regioni per sostenere in modo concreto il nostro agroalimentare nel pieno rispetto delle competenze e dei ruoli. Su questi presupposti sarà mio impegno avviare a breve con il nostro programma di lavoro un **tour di visite quindicinali in ogni regione** per capire i problemi dei singoli territori e trovare insieme le soluzioni”.

“Il nostro obiettivo – ha aggiunto il sottosegretario Pesce - è quello di condividere esperienze e conoscenze per iniziare un percorso che veda le Regioni al centro delle scelte di politica agricola dei prossimi anni”.

“Attraverso questa centralità delle amministrazioni - ha concluso il sottosegretario Manzato - potremo costruire un'azione di governo adatta a ciascun territorio e in grado di valorizzare il nostro patrimonio agroalimentare”.

Da Italiafruit News

Andamento di mercato fluido per cetrioli, indivia, lattughe, pomodori e zucchine

Nella settimana dal 18 al 23 giugno 2018 si è osservato un calo delle quotazioni per patate, fagiolini e carote il cui mercato continua ad essere caratterizzato da elevati quantitativi commercializzati a fronte di una domanda statica. Più fluido invece è risultato l'andamento del mercato per cetrioli, indivia, lattughe, pomodori e zucchine, grazie sia ad un'offerta più contenuta sia a una domanda propensa al consumo. Stabile, infine, il mercato per melanzane, peperoni e tutti i frutti ortivi di serra.

Ortaggi a foglia: generale aumento dei listini per tutti gli ortaggi a foglia. Per la lattuga Gentile e Iceberg di origine veneta il rialzo delle quotazioni è attribuibile alla minore offerta immessa sul mercato rispetto a una richiesta stabile. Di contro, per la tipologia Romana gli scambi sono avvenuti a ritmi lenti a causa di una domanda meno propensa all'acquisto. Non si sono osservate variazioni di rilievo invece per la tipologia Cappuccio. Prezzi in rialzo anche per l'indivia di origine abruzzese. L'offerta, dal buon profilo qualitativo, ha incontrato una domanda interessata e le contrattazioni si sono concluse sulla base di prezzi tesi al rialzo. Per il radicchio, infine, il rialzo dei prezzi medi all'origine è imputabile esclusivamente alla fine della produzione primaverile nell'areale di Brontolo, quotata mediamente a un prezzo inferiore rispetto ai restanti areali. Per il radicchio tipo Chioggia proveniente dall'areale di Rovigo, i ridotti consumi hanno determinato una contrazione dei listini.



Carote: il calo dei prezzi medi è dovuto all'andamento del mercato delle carote di origine ferrarese. La minore richiesta di prodotto da parte del mercato estero, ha determinato un aumento di disponibilità sul mercato nazionale. La domanda è risultata attiva ma non in grado di assorbire i maggiori volumi commercializzati. In aumento, invece, le quotazioni per il prodotto di origine abruzzese grazie a una domanda propensa all'acquisto. Stabili, infine, i listini per le carote di origine veneta grazie a un generale equilibrio tra domanda e offerta.

Patate novelle: ancora una regressione dei listini. Le scature proseguono a un buon ritmo ma gli scambi sono risultati poco dinamici a causa di una domanda debole sia sul mercato interno che estero. Comunque i prezzi mostrano ancora un andamento positivo rispetto a quelli del 2017.

Fagiolini: calo delle quotazioni in tutti gli areali di coltivazione. Al costante aumento dell'offerta non è corrisposto un adeguato aumento delle richieste. Inoltre, il prodotto proveniente dalla raccolta meccanica, esitato a prezzi competitivi, costringe anche il prodotto raccolto a mano a contenere i prezzi. Le maggiori contrazioni dei listini si sono osservati nell'areale di Cesena con un -22,7%.

Melanzane: la stabilità dei prezzi medi all'origine è dovuta ad andamenti contrapposti nei diversi areali produttivi. In particolare, per il prodotto di origine pugliese, quello proveniente dall'areale di Brindisi, ha mostrato una dinamica flessiva delle quotazioni dovute da una domanda meno attiva. Di contro, per le melanzane provenienti dall'areale di Lecce, i volumi commercializzati non sono riusciti a soddisfare le richieste del mercato e le contrattazioni si sono concluse sulla base di prezzi tesi a rialzo. Nei restanti areali produttivi non si sono osservate variazioni di rilievo sia sotto il profilo degli scambi che delle quotazioni.



Zucchine: rialzo delle quotazioni per tutte le tipologie considerate. Le piogge e le temperature più fresche hanno rallentato lo sviluppo di questo frutto ortivo. Alla minore offerta si è contrapposta una domanda interessata e le contrattazioni si sono concluse con prezzi in aumento. Solo nell'areale campano, gli scambi sono avvenuti a rilento a causa dei maggiori quantitativi immessi nei circuiti commerciali e le quotazioni hanno teso al ribasso.

Pomodori: mercato ancora in fase di assestamento. Le operazioni di raccolta si vanno progressivamente estendendo e intensificando ma ancora non hanno interessato tutti gli areali produttivi. La settimana si è conclusa con un leggero aumento dei prezzi medi all'origine dovuto a una contrazione dell'offerta per il prodotto proveniente dagli areali pugliesi. In fisiologico calo, invece, le quotazioni per il prodotto proveniente dall'areale di Cuneo per l'aumento dei volumi commercializzati.



Ortive a frutto in serra: i listini hanno mostrato una generale stabilità. Il mercato continua a essere caratterizzato da una lenta attività di scambio, dovuta a una domanda statica e a un'offerta superiore alle capacità di assorbimento.

Da Freshplaza.it

I negozi e gli ambulanti preferiscono vendere la tipologia liscia

Troppo melone, si salva solo quello particolarmente buono

Il melone spunta prezzi poco remunerativi, specie se si tratta di un prodotto standard poco differenziato. Abbiamo interpellato un grossista del Mercato di Rimini, Tazio Zavaglia, il quale conferma un dato: c'è tanto, tanto prodotto e non sempre di buona qualità. "Forse a causa dell'andamento meteo - dice il grossista - ma sono arrivate delle partite raccolte fuori campo non sempre all'altezza. Il nostro compito di intermediari è anche quello di optare per le produzioni migliori, per cui a volte occorre fare delle scelte. Sappiamo che molto spesso non dipende dalla volontà dell'agricoltore, ma poi il consumatore finale deve avere il meglio".



In generale la pezzatura è buona e vi è del prodotto che si distingue anche per il sapore. "Personalmente preferisco il liscio rispetto al retato e, anche nelle vendite, noto una differenziazione. I negozi di frutta e verdura, gli ambulanti o le boutique della frutta, che hanno modo e volontà di spiegare al consumatore le qualità organolettiche del liscio, comprano per lo più questa tipologia. Ho dei negozi che mi acquistano al 90% il liscio. Il consumatore tradizionalista crede che il melone sia solo retato ma, se ha fiducia nel suo negoziante, si lascia convincere e poi non torna più indietro".



"Per contro - continua il grossista - i supermercati acquistano per lo più il retato. Vanno sul sicuro in quanto non hanno personale, e neppure volontà, di fornire spiegazioni. Si ritiene che il consumatore da supermercato acquisti con gli occhi e per abitudine, quindi si attengono alle tipologie tradizionali".



Il grossista poi fa un ragionamento finale: "Può sembrare strano, ma sul fronte melone ho notato più organizzazione al sud d'Italia che non al nord, nel senso che molti piccoli agricoltori fanno riferimento a un numero limitato di commercianti che stabiliscono fra loro un prezzo e sotto quello non scendono. Ovviamente non so quali accordi ci siano fra loro. Invece al nord i produttori spesso sono più grandi e organizzati, ma si propongono singolarmente. Prima o poi qualcuno cede e il prezzo si abbassa. Se vogliamo, è un discorso che va contro il mio interesse, ma credo che se dall'agricoltore in avanti ogni anello guadagnasse

il giusto, tutti ne trarremmo beneficio e al consumatore finale arriverebbe un prodotto di qualità al giusto prezzo".

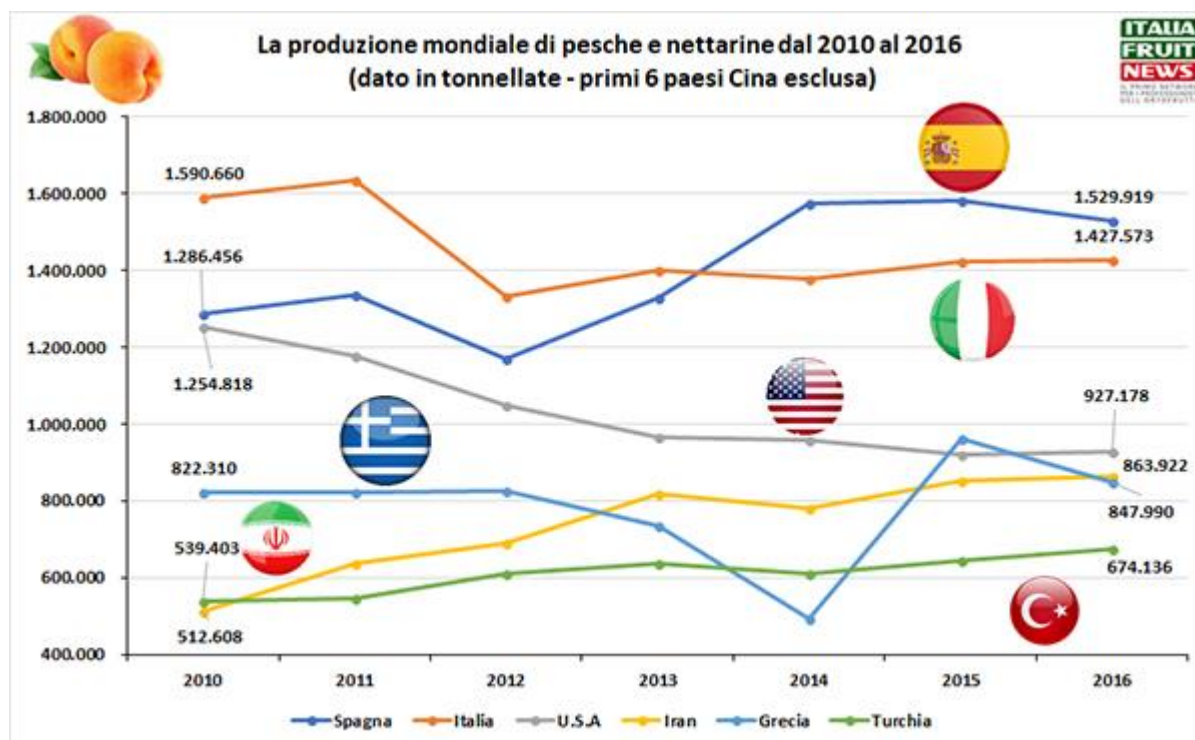
Da Freshplaza.it

Pesche e nettarine, la Spagna stacca l'Italia



Se parli di **pesche e nettarine** diventa inevitabile il confronto tra **Italia e Spagna**. Madrid è il principale competitor per le drupacee del Bel Paese e, dal 2010 ad oggi, i rapporti di forza tra i due grandi produttori europei sono cambiati. In favore degli spagnoli.

Produzione di pesche: in sette anni l'Italia perde oltre 160mila tonnellate



Dal 2010 al 2016 l'Italia vede calare sempre più la sua produzione di pesche e di nettarine, con un saldo negativo di 163mila tonnellate nel periodo 2016-2010, cioè oltre il 10% della produzione totale. La produzione spagnola, che ha superato quella italiana nel 2014, sembra in lieve flessione negli ultimi tre anni secondo i dati Faostat, ma rimane comunque superiore a quella tricolore.

Gli Stati Uniti d’America sembrano soffrire della medesima malattia dell’Italia, solo in forma più grave. Il calo produttivo nel periodo esaminato è infatti di oltre 300mila tonnellate, pari a circa il 26% della produzione complessiva.

Dati in crescita, invece, sul versante est del Mediterraneo e in Medio Oriente. La Grecia, dopo uno scivolone nel 2014, accresce la produzione di pesche e nettarine di oltre 25mila tonnellate (circa il 3% in più), mentre è a doppia cifra la crescita di Iran (68,5%) e Turchia (25%).

Regioni d’Italia: l’Emilia-Romagna recupera il primato delle pesche

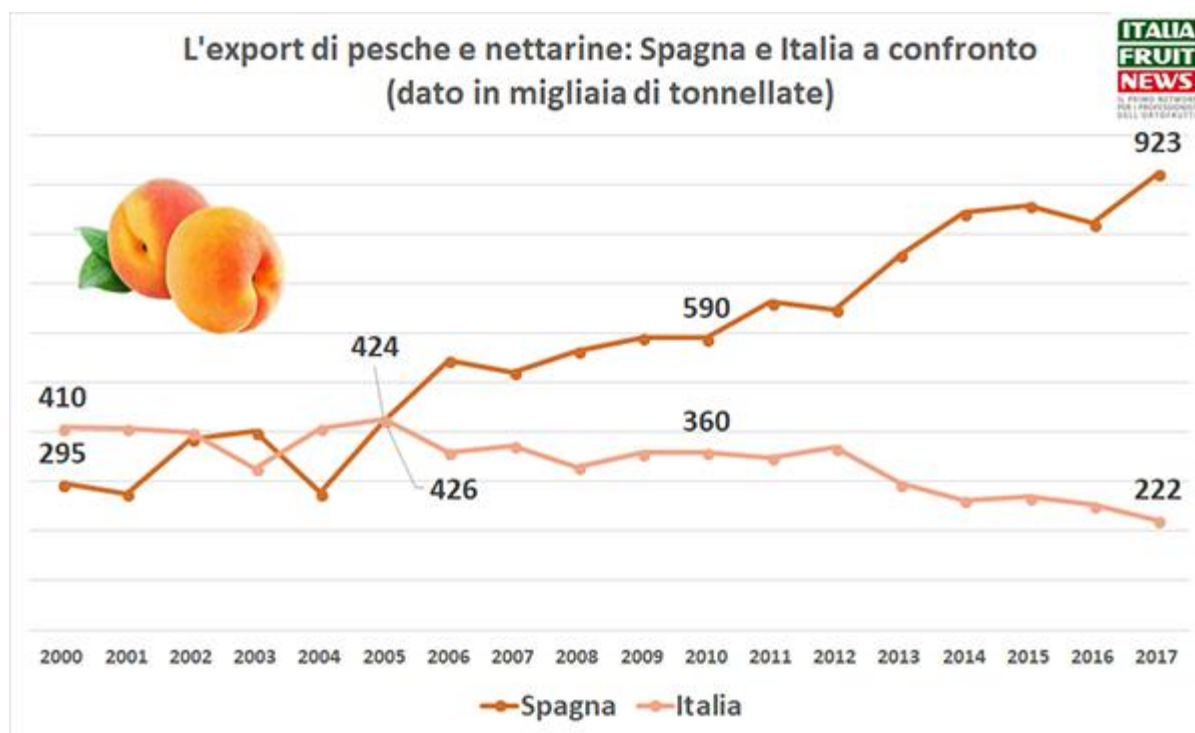


Prime 5 Regioni		
Anno 2017		
Superficie in Ettari	Produzione in Tonnellate	Regione
63.829	1.250.721	ITALIA
11.929	312.130	Emilia-Romagna
19.128	296.567	Campania
4.429	121.167	Piemonte
6.791	116.898	Sicilia
3.900	87.555	Puglia

L’Emilia-Romagna torna a dominare la scena produttiva nazionale per quanto riguarda la peschicoltura, complice soprattutto il calo drastico delle produzioni campane che passano dalle oltre 400mila tonnellate del 2016 a poco meno di 300mila nel 2017 (-29%). Il dato è però da prendere con le pinze, poiché guardando i dati relativi agli ettari in produzione si nota che le superfici in produzione sono rimaste invariate. Viene da chiedersi come sia possibile che la resa per ettaro, normalmente attorno alle 20 ton/ha, abbia subito un crollo così drammatico secondo i dati forniti dall’Istat.

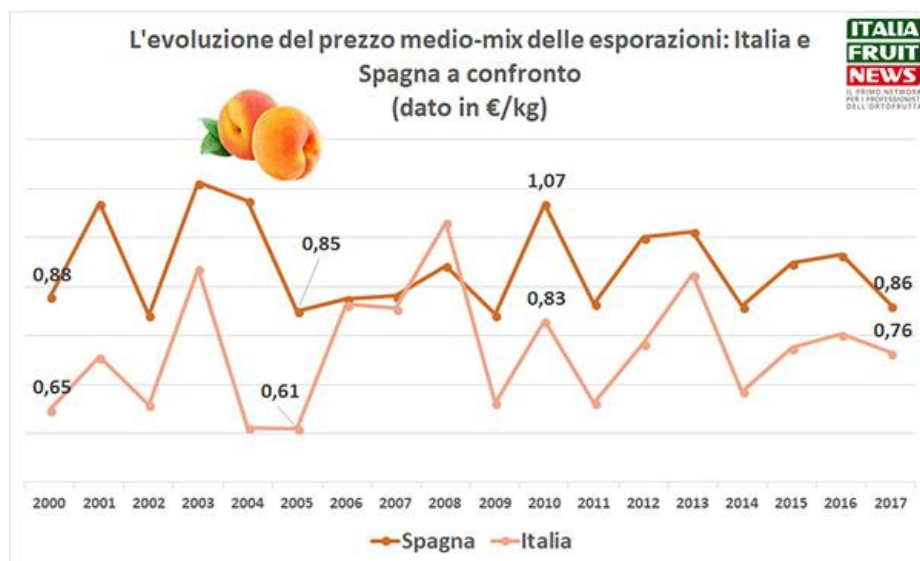
In terza posizione troviamo, a distanza, il Piemonte con oltre 121mila tonnellate prodotte su oltre quattromila ettari. A completare la classifica sono la Sicilia (quasi 117 mila tonnellate) e la Puglia (oltre 87mila tonnellate).

Esportazione di pesche: Italia al palo. Continua la crescita della Spagna



La crescita dell'export spagnolo di pesche e nettarine non accenna a fermarsi, superando la soglia delle 900mila tonnellate nel 2017. Una crescita del 56% rispetto ai volumi del 2010, questi i dati Eurostat degli scambi commerciali più aggiornati. E l'Italia? In calo del 36% per lo stesso periodo. Una performance non particolarmente invidiabile, considerando poi che se si prende in esame un periodo di tempo più lungo, diciamo dal 2000 al 2017, il calo è quasi del 46% mentre l'export spagnolo è sostanzialmente più che triplicato.

L'evoluzione del prezzo medio-mix di pesche e nettarine: Italia sempre sotto la Spagna



Anche sul fronte dei prezzi medi delle esportazioni le notizie non sono confortanti per il sistema Italia. Infatti, se l'andamento delle due linee è simile tra Spagna e Italia, per effetto dovuto alle fluttuazioni del mercato, è vero anche che tra le quotazioni c'è quasi sempre un differenziale di 10 o 20 centesimi il chilo. Basta guardare i dati relativi al 2017 che vedono appunto le pesche/nettarine spagnole spuntare un prezzo medio-mix di 0,86 €/kg mentre quelle italiane arrivano appena a 0,76 €/kg.

Copyright 2018 Italiafruit News

Cresce a giugno la fiducia dei consumatori

A giugno 2018 si stima che l'indice del clima di fiducia dei consumatori aumenti, passando da 113,9 a 116,2; anche per l'indice composito del clima di fiducia delle imprese si stima un aumento da 104,6 a 105,4.

Il clima di fiducia dei consumatori si riporta su livelli solo di poco inferiori a quelli precedenti la caduta registrata a maggio, con un aumento della componente economica e di quella futura (da 133,4 a 142,9 e da 116,7 a 122,4 rispettivamente). Il clima personale e quello corrente mantengono, invece, una dinamica con intonazione lievemente negativa per il terzo mese consecutivo (da 107,7 a 107,1 e da 112,4 a 111,8).

FIGURA 1. INDICI DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI E DELLE IMPRESE ITALIANE (IESI)

Gennaio 2013 – giugno 2018, indici destagionalizzati mensili e media mobile a 3 mesi (base 2010=100)



Con riferimento alle imprese, segnali eterogenei provengono dai climi di fiducia settoriali: l'indice diminuisce nel settore manifatturiero (da 107,6 a 106,9) e nelle costruzioni (da 134,1 a 132,9), mentre è in aumento nei servizi (da 106,0 a 107,8) e nel commercio al dettaglio (da 100,1 a 103,9).

Per quanto riguarda i servizi, l'aumento dell'indice di fiducia riflette una dinamica positiva di tutte le componenti: in particolare, si segnala un diffuso ottimismo sia dei giudizi sia delle attese sugli ordini. L'aumento della fiducia nel commercio al dettaglio è caratterizzato da giudizi e attese sugli ordini in marcato miglioramento, soprattutto nella grande distribuzione.

Aumenta, rispetto allo scorso trimestre, la quota delle imprese che lamenta la presenza di significativi ostacoli all'attività di esportazione (dal 21,9% al 23,2%).

Da Freshplaza.it

«Le eccellenze Made in Italy trionferanno anche nel 2050»



Il **Made in Italy** continuerà ad essere un mantra anche nei prossimi anni. I nuovi trend - dai prodotti vegani agli insetti - si faranno spazio sulle tavole del Bel Paese, la spesa online moltiplicherà le sue vendite, ma per nove italiani su dieci le eccellenze nazionali prevarranno anche nel 2050. Questo è quanto emerso durante l'assemblea della cooperazione agroalimentare e pesca di **Confcooperative**, che si è tenuta ieri a Roma, dove è stata presentata un'analisi sul cibo del futuro, stili, tendenze, export e *Italian sounding*.

"Il tagliere di formaggi e salumi, pesce e carne, pizza pasta e pane, latte e ortofrutta saranno sempre in cima alle preferenze dei palati senza essere scavalcati dalle innovazioni gastro-etniche", spiegano **Giorgio Mercuri**, eletto presidente di Confcooperative FedAgriPesca, e il suo vice **Paolo Tiozzo** (nella foto sotto). "Tra le sfide del futuro c'è quella di migliorare la resa al palato dei prodotti di quarta e quinta gamma".



All'assemblea si è parlato anche di **sostenibilità**. Secondo il **Centro Studi Confcooperative**, sette cooperative agroalimentari su dieci sono impegnate in progetti di sostenibilità ambientale; una su due investe in risparmio d'acqua ed energia elettrica; una su tre in tecnologie rispettose dell'ambiente; una su quattro è indirizzata verso il riutilizzo dei materiali (biomasse e scarti industriali).

Un altro grande must per il cibo del futuro sarà la **trasparenza informativa verso i consumatori**, che saranno sempre più attenti alle caratteristiche dei prodotti che portano sulle proprie tavole. Lo ha sottolineato durante il suo intervento nel talk-show di Confcooperative **Marco Pedroni**, presidente di **Coop Italia**, che è stata "la prima catena distributiva in Italia e in Europa a mettere a disposizione le informazioni dettagliate sul proprio prodotto a marca, inclusa la provenienza delle materie prime dei prodotti. Utilizzando tecnologie semplici per il consumatore, Coop ha iniziato con il Supermercato del futuro in Expo a sperimentare soluzioni informative molto più grandi di quelle che le etichette possono contenere, per esempio sulle caratteristiche nutrizionali, sull'impronta ambientale dei prodotti e sulle pratiche per ridurre lo spreco del cibo".



"Le cooperative rappresentano il 70% del latte, il 60% del vino, il 50% dell'ortofrutta del nostro Paese", così **Maurizio Gardini**, presidente di Confcooperative, intervenendo all'assemblea di FedagriPesca davanti al ministro delle Politiche agricole Gian Marco Centinaio. "Le cooperative non delocalizzano, sono radicate sul territorio e costruiscono filiere per i soci produttori. Produciamo in Italia, paghiamo le tasse in Italia, lavoriamo prodotto italiano. Le cooperative sono una filiera tre volte italiana. Questa è la nostra specificità, queste le nostre radici, questa è la nostra forza".

Copyright 2018 Italiafruit News

Il 27 giugno 2018 presso la sede dell'Assessorato agricoltura della Regione Sicilia si è svolto un evento promosso da **Unaproa** con il patrocinio della Regione Sicilia per approfondire alcune tematiche finalizzate alla Valorizzazione del comparto agrumicolo siciliano.

All'evento hanno partecipato il Presidente di Agrumigel **Salvo Imbesi** che ha presentato i risultati della campagna di trasformazione agrumicola 2017-2018, il Presidente del Consorzio di tutela Arancia Rossa di Sicilia IGP **Giovanni Selvaggi** che ha illustrato come le eccellenze del territorio rappresentino gli strumenti di tutela della qualità e delle tradizioni, **Roberto Tavano** della società PwC che ha presentato il "Programma Food Trust", il Sales manager di DNV GL Business Assurance Italia **Paolo Tomasello** che ha approfondito gli "*Orientamenti sui processi di certificazione nella filiera agrumicola*".



Il Presidente di Unaproa **Antonio Schiavelli** (*in foto*) ha esposto le strategie di sviluppo per l'agrumicoltura siciliana evidenziando gli strumenti che possono essere attivati nel breve e medio periodo per il rilancio del settore, con particolare riguardo alla trasformazione industriale, mediante l'attivazione di strumenti specifici quale, ad esempio l'Accordo di programma Mise-Initalia-Regione Sicilia.

"Il ruolo di Unaproa - dichiara il Presidente Schiavelli - è quello di coordinamento tra il mondo della produzione primaria e le esigenze della trasformazione industriale. E' quindi necessario che tutti i soggetti della filiera agrumicola siano coesi e che perseguano l'obiettivo comune per la commercializzazione di un prodotto trasformato ad alto contenuto di servizi".

Da Freshplaza.it

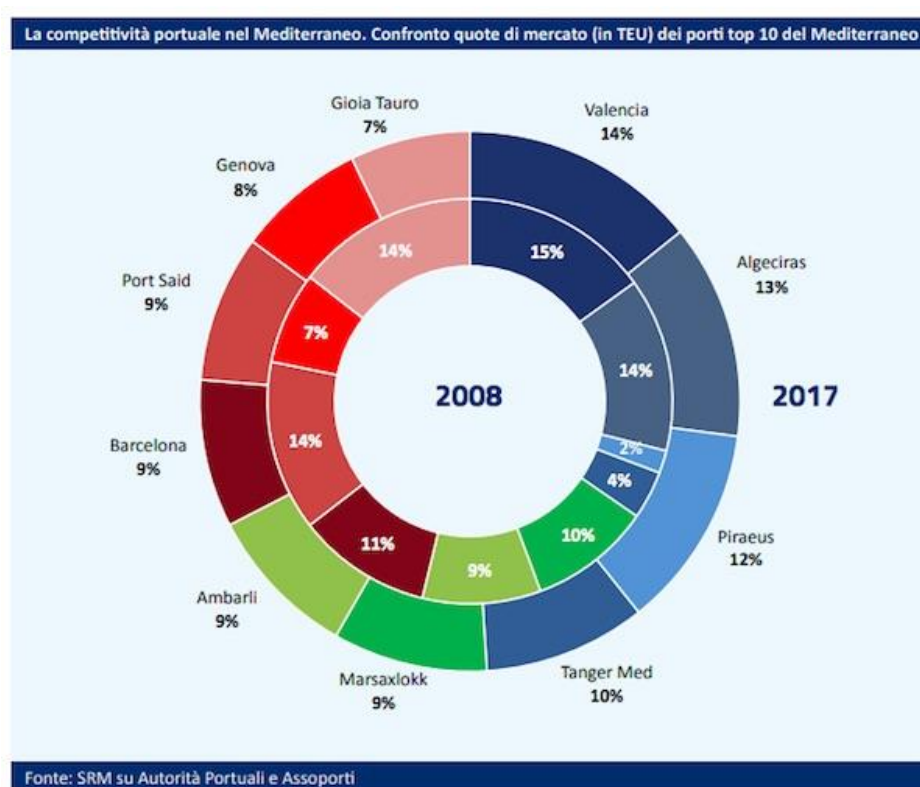
Traffico merci nei porti, tutti i dati



Cresce l'import export delle **merci via mare** e l'Italia, pur non senza criticità, conferma la propria importanza nel settore portuale. E'quanto emerge dal nuovo **Port indicators**, il bollettino semestrale realizzato da Associazione dei Porti Italiani (Assoporti) e Centro studi Srm realizzato con lo scopo di mettere in risalto dati, statistiche, analisi sulla competitività del sistema portuale globale e soprattutto del Mediterraneo.

L'**import-export marittimo italiano** è aumentato del **12,4%** nel 2017, soprattutto nelle importazioni, per un valore complessivo di **240 miliardi di euro**. Principali partner commerciali sono **Usa, Cina e Turchia**. La **nave** è il secondo mezzo di trasporto preferito con un **volume del 38%** movimentato, alle spalle del camion (49% per 331 miliardi), davanti all'aereo (11% per 73 miliardi) e al treno (solo 2% per un valore di 16 miliardi).

Nel 2017 il **traffico** delle merci dei **porti italiani** ha superato quota mezzo miliardo di tonnellate raggiungendo un totale di **502 milioni di tonnellate**, dato in aumento rispetto al 2016 (**+1,8%**), con un incremento medio annuo del 2% nell'ultimo quinquennio. Le prime tre Autorità di Sistema portuale per tonnellate di merce movimentata sono il **Mar Ligure Occidentale** (68,1 milioni), il **Mar Adriatico Orientale**(66,6) e il **Mar Tirreno Meridionale e Ionio e dello Stretto** (59,7).



La pubblicazione, ancora, specifica che i porti italiani gestiscono tutte le tipologie di merci a partire dall'erinfuse liquide (37% del totale), container (23%), ro-ro (21%), rinfuse solide (14%) per finire con altre tipologie di carichi (4%). L'Italia è leader nello **Short Sea Shipping** con il **Mediterraneo** (218 milioni di tonnellate di merce) pari al 36% del totale con un incremento dell'1%. Il Paese è al vertice mondiale anche per la **flotta a Ro-Ro** destinata a questo tipo di trasporto con oltre cinque milioni di tonnellate di stazza lorda.

I **container in Italia** nel 2017 hanno raggiunto i **10,66 milioni di teu**, in crescita dello 0,7%. I porti principali per questa tipologia sono **Genova, Gioia Tauro e La Spezia** con una quota del 60%. Per quanto riguarda il traffico **Ro-Ro** in Italia, esso ha movimentato **107 milioni di tonnellate**, in progresso dell'8,5%; principali porti sono **Livorno, Genova e Trieste** che insieme "valgono" circa un terzo del totale.



Settanta milioni le tonnellate di “**rinfuse solide**”, categoria che interessa da vicino l'**ortofrutta**, in calo del 3,4% (ai vertici **Ravenna, Taranto, Venezia**, con una quota del 40%), mentre per le “rinfuse liquide” il dato è di 188 milioni di tonnellate, in crescita del 3,3%; Trieste, Cagliari e Augusta, con una quota di circa la metà, dominando la graduatoria per questa tipologia.

Copyright 2018 Italiafruit News