ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

RASSEGNA STAMPA

Marzo 2025

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Scenario Pag. 3

Fondi e Finanziamenti Pag. 46

Sostenibilità Pag. 53

Innovazione Pag. 55

Filiere Pag. 58

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Scenario

Il Sole 24 ORE

Bonifiche Ferraresi, nuova intesa in Congo per 10mila ettari

Piano Mattei

I terreni in concessione verranno coltivati a riso, mais, soia e arachidi

Dopo l'Algeria, l'Egitto e il Ghana, BF International ora sbarca anche in Congo. L'accordo si inserisce nella strategia nazionale del piano Mattei, è cofinanziato dal ministero degli Affari esteri e si sviluppa su una superficie di 10mila ettari nella zona di Dolisie. In quest'area, nell'ambito di un memorandum of understanding firmato con il governo della Repubblica del Congo, Bf avvierà un progetto di sviluppo agricolo con l'obiettivo di incrementare la sicurezza alimentare del Paese.

Le terre identificate sono offerte in concessione d'uso pluriennale da parte delle autorità competenti: in questo modo, sostiene BF, sia la proprietà fondiaria sia la produzione agricola resteranno nella disponibilità del Paese africano. I terreni saranno destinati alla coltivazione di riso, soia, mais e arachidi destinati al mercato interno del Paese. L'accordo è stato firmato dal ministro dell'Agricoltura della Repubblica del Congo, Paul Valentin Ngobo, dall'amministratore Delegato di BF International, Federico Vecchioni e dall'amministratore di BF International Congo Brazzaville, Giovanni Mazzotti, alla presenza dell'ambasciatore italiano in Congo, Enrico Nunziata.

«L'accordo con la Repubblica del Congo rappresenta un'importante opportunità per sviluppare un'agricoltura moderna e sostenibile nel Paese - ha dichiarato Federico Vecchioni - il nostro obiettivo è costruire un sistema produttivo efficiente, capace di contribuire all'autosufficienza alimentare delle comunità locali, nella cornice più ampia della cooperazione internazionale per lo sviluppo avviata dal governo italiano. Attraverso questo progetto, intendiamo introdurre tecnologie avanzate, rafforzare la formazione e la ricerca scientifica e creare opportunità di lavoro stabili. La logica è quella della collaborazione e del partenariato, ben distante da approcci predatori che ci sono del tutto estranei per cultura, strategie e prassi».

BF conta ormai su un'importante presenza sin Africa. In Algeria, per esempio, si è aggiudicata una prima concessione per la coltivazione di 900 ettari di territori Sudsahariano, a cui lo scorso luglio ha aggiunto una seconda concessione per 36mila ettari nella provincia centro-settentrionale di Timimoun. In Egitto il gruppo ha firmato una joint venture con la società locale Future of Egypt per sviluppare 15mila ettari di filiera agricola nella regione di Dabaa. In Ghana, infine, Bf International ha siglato una partnership con la società ghanese Musahamat per la coltivazione di banane su alcune aree in concessione nella regione del fiume Volta.

Vecchioni (BF): la logica è quella del partenariato la produzione agricola sarà tutta destinata al mercato interno

In Congo alle iniziative in campo agronomico BF affiancherà interventi per le infrastrutture, come la costruzione di una rete idrica per la fornitura di acqua potabile e programmi di formazione di base e specialistica, in loco e in Italia, per sviluppare competenze nella gestione di sistemi colturali avanzati. La formazione riguarderà la gestione agronomica, la produzione e le tecniche di conservazione, temi manageriali e tecnologici e sarà erogata con il supporto di Cihéam Bari e di altri partner italiani della filiera agroalimentare. T Le terre, in concessione secondo le leggi locali, sono destinate alla coltivazione di riso, soia, mais, arachidi destinati al mercato interno del Paese.

«Nella cornice del Piano Mattei - ha dichiarato Enrico Nunziata, ambasciatore d'Italia nella Repubblica del Congo - questa iniziativa incarna i principi del nuovo approccio italiano verso il continente africano, attraverso un partenariato pubblico-privato e una collaborazione paritaria con il Paese partner».

Mi. Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

Allarme Fao sull'aviaria: sicurezza alimentare a rischio

Nutrizione

Messaggio a tutti i Paesi membri sulla gravità della situazione epidemica

Magwenzi: «Emergenza senza precedenti» Bechdol: «Più sinergie»

Micaela Cappellini

La diffusione dell'influenza aviaria ha già causato perdite per centinaia di milioni di capi di pollame in tutto il mondo. Da qui l'urgenza di rafforzare la biosicurezza ma anche i fondi per salvaguardare il settore avicolo e soprattutto garantire l'approvvigionamento alimentare di una larga parte della popolazione mondiale che dipende dalle uova e dalla carne di pollo. L'allarme arriva dalla Fao, che in un messaggio a tutti i Paesi membri dell'organizzazione ieri ha descritto la diffusione della malattia come «senza precedenti». L'influenza aviaria, ha scritto il vicedirettore generale della Fao, Godfrey Magwenzi, «porta a gravi impatti sulla sicurezza alimentare tra cui la perdita di sostanze nutritive, posti di lavoro e reddito rurali, shock alle economie locali e costi crescenti per i consumatori».

I numeri dei contagi tra gli animali sono enormi. Secondo l'ultimo aggiornamento dei dati in possesso della Fao, che risale allo scorso 25 febbraio, soltanto negli ultimi due mesi sono spuntati nel mondo 980 nuovi focolai, con una concentrazione che risulta particolarmente elevata negli Stati Uniti, in Europa e in Giappone.

I nuovi casi segnalati di trasmissione all'uomo sarebbero invece solo 11. Il virus H5N1, ricorda l'Oms, non si trasmette facilmente all'uomo: in ogni caso, il contagio può avvenire solo dopo contatto diretto con animali infetti vivi o morti e con le loro escrezioni, mentre non c'è alcun rischio di trasmissione attraverso il consumo di carni avicole o uova.

Dai dati Fao risultano in Italia, a partire da ottobre 2024, 155 focolai registrati. La situazione più grave resta però quella degli Stati Uniti, dove i nuovi casi registrati ammontano a 1.946. Dall'inizio della nuova epidemia di aviaria, cominciata nel 2022, sono state interessate quasi 650 aziende statunitensi, per un totale di circa 130 milioni di volatili. La Georgia è tra i principali produttori di carne di pollo negli Usa, con 1,3 miliardi esemplari allevati, ed è anche tra i primi per le galline ovaiole.

E sembra esserci proprio l'aviaria dietro all'odierna crisi delle uova negli Stati Uniti, dove i prezzi di questo alimento base hanno raggiunto cifre stratosferiche anche a causa della loro irreperibilità per via dei troppi abbattimenti tra le galline ovaiole.

A partire dallo scorso fine settimana, Washington si è persino rivolta alle associazioni dei produttori avicoli di diversi Paesi europei - tra cui l'italiana Unaitalia - chiedendo un aiuto per gli approvvigionamenti, ma finora ha incassato solo una serie di no: il braccio di ferro sui dazi tra Usa e Ue, di certo, non agevola la collaborazione.

Negli ultimi quattro anni c'è stato inoltre un cambiamento nell'aviaria in termini di diffusione geografica, con un aumento del contagio anche tra i mammiferi e con almeno 300 nuove specie colpite dal 2021 a oggi. «La Fao - ha detto la vicedirettrice generale dell'organizzazione, Beth Bechdol - è in prima linea nell'affrontare questo virus da oltre 20 anni, supportando i governi nell'individuazione, prevenzione e risposta alle epidemie. Lavorando insieme possiamo ridurre l'impatto dell'influenza aviaria e proteggere la salute degli animali e degli esseri umani».

L'organizzazione internazionale ha infine invitato gli stati membri a presentare proposte di finanziamento per iniziative che saranno intraprese dal Fondo Pandemico, ospitato dalla Banca Mondiale, con il quale la Fao ha già co-guidato decine di progetti negli ultimi due anni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

155

I FOCOLAI IN ITALIA

Da ottobre 2024 sono stati registrati 155 focolai di influenza aviaria, secondo i dati Fao


Allarme Fao sull'aviaria: sicurezza alimentare a rischio

Legambiente: in campagna connesso un reato ogni due ore

Imballaggi, rialzo al 75,25 e sette filiere ridurgli obiettivi Ue nel 2025

La nuova Xylella: il nome è Greening e colpisce le arance

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

la Repubblica
A&F

Così la Cina è diventata il granaio del mondo

L'invasione in Ucraina ha ridisegnato i flussi di agricoltura ed energia. Il conto per le aziende

Raffaele Lorusso

La guerra fra Russia e Ucraina ha ridisegnato le dinamiche produttive e stravolto i rapporti di forza sui mercati internazionali. I riflessi di tre anni di conflitto sono visibili non soltanto nei due Paesi belligeranti, ma anche su scala globale. Le ricadute più significative si registrano nel comparto agricolo. Anche sul fronte energetico, però, l'apertura ad altri mercati ha inciso soprattutto sui prezzi, in particolare quello del gas. In Italia sono aumentati i costi di produzione agricoli. In valore nominale, le aziende agricole italiane hanno speso in media il 21% in più nel triennio 2021-2023 per far fronte ai propri consumi intermedi. I consumi energetici e dei concimi rappresentano oggi in media un quarto dei consumi di un'azienda agricola italiana: prima della guerra il loro peso era di un quinto.

I dati sono contenuti nella ricerca *Tre anni di guerra*, realizzata dal Centro studi Divulga. Il dossier parte dall'impatto del conflitto sulla produzione agricola ucraina. Un tempo strategico per gli approvvigionamenti di alcuni dei prodotti su scala mondiale (in particolare, semi di girasole, grano, mais e cereali), il Paese deve fare i conti con evidenti difficoltà. Nel 2024 la Fao ha sostenuto più di 45mila famiglie nelle zone rurali ucraine e poco più di 4.700 agricoltori. Si stima un fabbisogno di 150 milioni di dollari di ulteriori aiuti all'agricoltura. Si tratta di risorse che si sommano ai 180 milioni stanziati nel primo anno di guerra e ai 205 nel secondo.

Le zone occupate dall'esercito russo rappresentano circa il 60% del potenziale produttivo nazionale per il girasole, il 51% per il grano e oltre il 18% per il mais. Le conseguenze sulla produzione sono state inevitabili. Il perdurare del conflitto – viene evidenziato nel rapporto – ha determinato una forte riduzione nella produzione agricola di grano ucraino, che è passata da 33 milioni di tonnellate nel periodo 2021-2022 a 23 milioni (-30%) nel 2023-2024. Al contempo, la Russia ha registrato un incremento nella produzione di grano del 22%, passando da 75,2 milioni di tonnellate nel periodo 2021-2022 a 91,5 milioni nel 2023-2024 e consolidandosi come quarto produttore mondiale dopo la Cina (136,6 milioni di tonnellate), l'Unione Europea (135,1 milioni) e l'India (110,6 milioni). Le stime per il 2024-25 confermano la tendenza.

Stesso discorso per il mais e per le produzioni di semi, olio e farine di girasole. Ad attenuare gli effetti nefasti della guerra sulla sono state le corsie di solidarietà istituite dall'Ue. A partire da maggio 2022, sono stati garantiti percorsi logistici alternativi all'export ucraino via terra per tutti i prodotti agricoli rimasti bloccati a causa del conflitto e delle tensioni nei porti del Mar Nero. Grazie alle "Solidarity lanes" è stato possibile esportare anche 60 milioni di tonnellate di prodotti non agricoli, come minerali, legname, acciaio. Il valore totale degli scambi è stato di 157 miliardi di euro.

Da un'analisi delle dinamiche geopolitiche globali, lo studio evidenzia una nuova egemonia nelle scorte di materie prime agricole. La guerra fra Russia e Ucraina ha ridisegnato il posizionamento dei principali player a livello mondiale, a cominciare dalla Cina. Il Paese del Dragone ricopre adesso un ruolo primario, detenendo il 51% delle scorte mondiali di grano. Le stime per l'annata agraria 2024-25 prevedono una riduzione dal 6 al 4% per l'Ue, mentre la quota di scorte mondiali per gli Stati Uniti e la Cina è prevista in aumento, rispettivamente all'8% e al 53%. Gli effetti del conflitto si sono fatti sentire anche sulle scorte di mais, di cui la Cina rappresenta quasi i due terzi a livello mondiale (65% nel 2024).

Le oscillazioni nell'offerta di grano e mais da parte dei principali player mondiali, così come le variazioni delle scorte, si ripercuotono soprattutto sui prezzi pagati agli agricoltori. In Italia, durante i primi mesi di guerra si sono verificati picchi nei prezzi all'ingrosso per il granturco e il frumento. Spesso la fase agricola non ha beneficiato degli incrementi perché sono stati assorbiti da dinamiche di mercato. Dopo i rialzi, le quotazioni sono calate vistosamente: a gennaio 2025 il prezzo del grano duro ha registrato una contrazione del 40% rispetto allo stesso mese del 2022 arrivando a 334,5 euro per tonnellata, così come quello del grano tenero sceso a 263,5 euro (-17,4%) e quello del mais quotato 258 euro (-10,4%).

Per il nostro Paese sono cambiate anche le dinamiche di approvvigionamento energetico. Prima del conflitto, l'Italia importava dalla Russia il 40% di gas naturale e l'11% di petrolio. Nei primi 11 mesi del 2024 le importazioni di gas russo si sono ridotte dell'81 per cento rispetto al 2021. Nello stesso periodo sono cresciute le importazioni da Norvegia e Stati Uniti, rispettivamente del 343% e del 339%.

Algeria e Azerbajian hanno consolidato la propria posizione di fornitori dell'Italia con il 42% e il 15% dei volumi importati. Stesso discorso per il petrolio. Praticamente azzerato l'import dalla Russia, è cresciuto quello dal Kazakhstan e dagli Stati Uniti, rispettivamente del 332% e dell'86 per cento. Oggi i due Paesi rappresentano oltre un quinto delle forniture, mentre prima della guerra pesavano appena il 6,8% dell'import totale.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

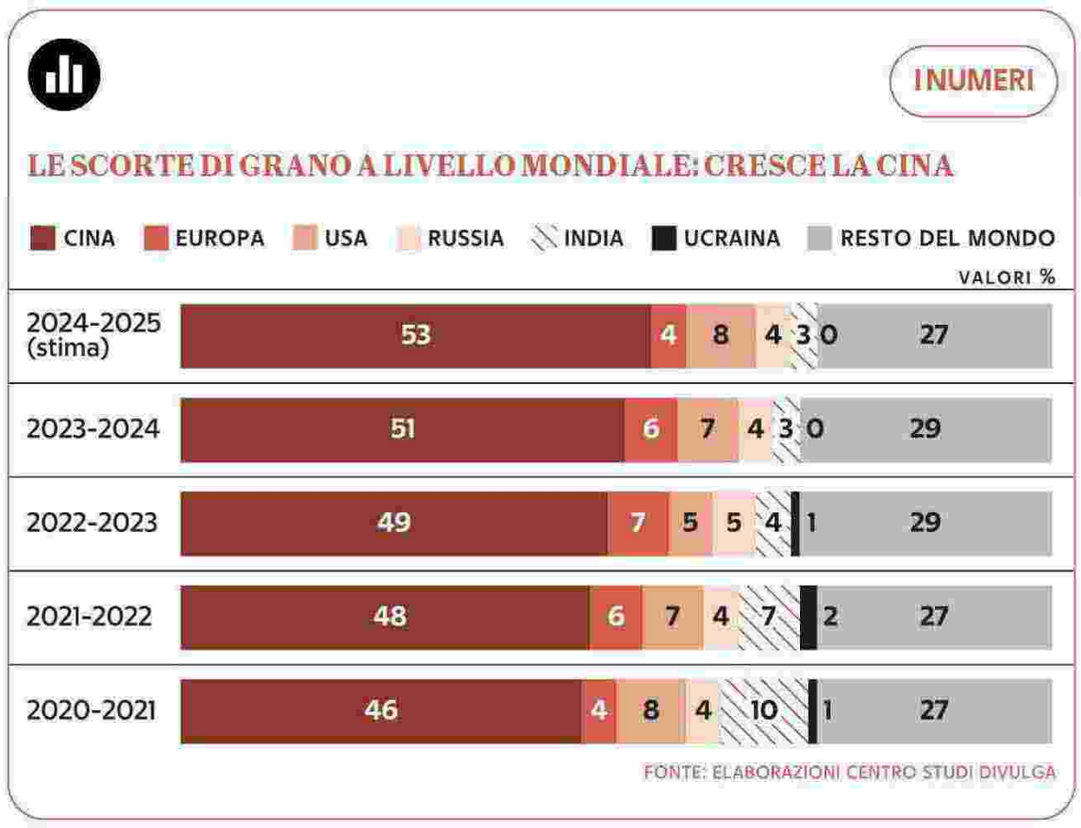
187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

la Repubblica
A&F

I NUMERI

LE SCORTE DI GRANO A LIVELLO MONDIALE: CRESCE LA CINA



FONTE: ELABORAZIONI CENTRO STUDI DIVULGA

21%

I RINCARI

Le aziende agricole italiane hanno dovuto fare fronte a costi intermedi più alti del 21% nel triennio 2021-2023

L'ORO GIALLO

23

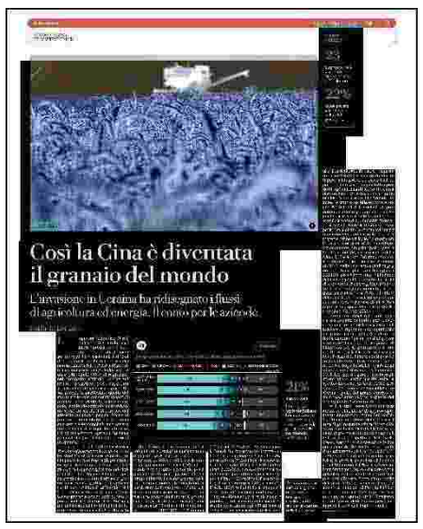
La produzione ucraina di grano è scesa a 23 mln ton

22%

Quella russa intanto è salita del 22 per cento



① Il raccolto su un campo di grano nell'area di Mariupol, in Ucraina, sotto il tiro dell'invasione delle forze russe


Così la Cina è diventata il granaio del mondo

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

IL TEMPO

STOP AL NUTRISCORE

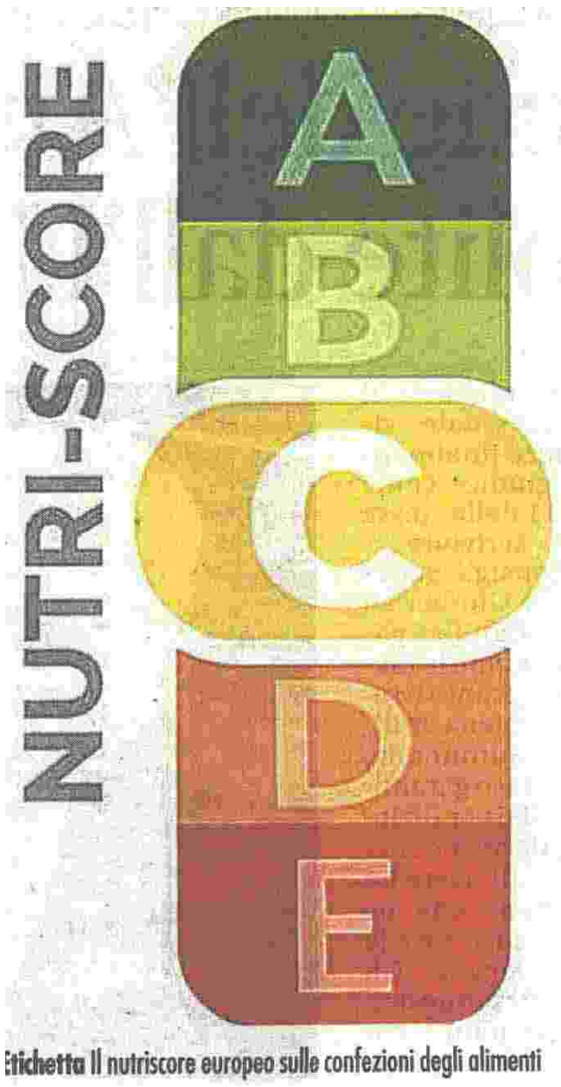
L'Ue cancella la pagella agli alimenti «Grazie al pressing fatto dall'Italia»

••• Salta il nutri-score. Il sistema di etichettatura dei prodotti alimentari sviluppato in Francia e pensato per semplificare l'identificazione dei valori nutrizionali di un prodotto alimentare attraverso due scale: una cromatica, dal verde al rosso, e una alfabetica dalla lettera A alla E. «Sarebbe la vittoria del buon senso che conferma la validita della nostra intensa battaglia a difesa della certezza e della chiarezza nelle informazioni sui cibi, a tutela dei consumatori», ha commentato il presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti, commenta le indiscrezioni sull'annuncio della Commissione europea di voltare pagina sull'etichettatura degli alimenti, a favore di una futura proposta che «non copierà alcun sistema esistente», pertanto neanche l'etichettatura a semaforo del Nutriscore. Decisivo il pressing dell'Italia sulla Commissione Ue avviato gia anni fa, che ha visto le istituzioni nazionali, e Confagricoltura, fortemente impegnate contro il sistema di etichettatura francese caratterizzato da un'arbitraria classificazione degli alimenti, che non tiene conto del fabbisogno e del profilo nutrizionale di ogni individuo, basandosi invece su 100 grammi di prodotto e non su una porzione di consumo. Confagricoltura si era rivolta all'Antistrust (unica organizzazione a farlo) evidenziando l'ingannevolezza del sistema francese e la sua contrarieta al Codice del Consumo. L'Antitrust, nel 2022, aveva accolto i rilievi di Confagricoltura ribadendo i limiti del Nutriscore, fuorviante per i consumatori. Limiti che nel tempo sono stati evidenziati nella stessa Francia su alcuni prodotti. Al Nutriscore l'Italia aveva proposto il Nutrinform Battery, basato su un principio diverso, finalizzato alla valorizzazione di uno stile di vita sano e consolidato, come quello in linea con gli asset della dieta mediterranea. La proposta di etichettatura armonizzata a livello europeo doveva essere presentata dalla Commissione Ue entro la fine della passata legislatura, ma la stessa Commissione, complice il pressing di alcuni Paesi, soprattutto dell'area mediterranea, aveva rinviato la pratica.



Massimiliano Giansanti Presidente di Confagricoltura (*Ansa*)

©RIPRODUZIONE RISERVATA



Etichetta Il nutriscore europeo sulle confezioni degli alimenti



187438

LaVerità

Campagna di trasparenza Naturasì: etichette con l'incasso dei contadini

Per alcuni prodotti, insieme al prezzo sarà indicato il valore corrisposto ai produttori

di **LAURA DELLA PASQUA**

Quante volte prima di acquistare un prodotto ci siamo chiesti come si arriva a quel prezzo, quanto è il costo all'origine per il produttore e quanto ricarico si applica durante la filiera? E poi, quale è il giusto prezzo? La corsa al ribasso dei prezzi del cibo in atto recentemente ha conseguenze devastanti per l'agricoltura. Negli anni Settanta, in media, il 19% del prezzo del pane andava all'agricoltore mentre oggi solo il 4%. Quasi cinque volte meno. Lo stesso accade per molti altri alimenti, mentre i costi di produzione continuano a salire. Il risultato è un impoverimento del mondo agricolo e il conseguente allontanamento dei giovani da questa attività, con il rischio che venga meno il cambio generazionale in tante realtà di eccellenza.

È per questo che Naturasì, una delle principali insegne del biologico in Europa, ha avviato la campagna *Sosteniamo l'agricoltura* che parte dal progetto di trasparenza sui prezzi. Su alcuni prodotti (dalla passata di pomodoro al pane, ma anche finocchi, arance da spremuta e kiwi), accanto al prezzo finale viene indicato il valore corrisposto agli agricoltori e ai trasformatori. Su alcune categorie il compenso per i produttori arriva a quasi il 50% del prezzo pagato alla cassa. «È necessario avviare un percorso virtuoso sul giusto prezzo del cibo a partire dal bio», ha detto il presidente e fondatore di Naturasì, **Fabio Brescacin**, che ieri ha presentato a Roma l'iniziativa, in una tavola rotonda con il presidente di Federbio, **Maria Grazia Mammuccini**, la policy manager di Ifoam organics Europe, **Silvia Schmidt**, e il responsabile della sezione agricoltura biodinamica presso il Goetheanum di Dornach, **Ueli Hurter**, e la partecipazione delle principali associazioni agricole, Coldiretti, Cia, Confagricoltura. **Brescacin** ha descritto la crisi in cui versa il mondo agricolo: «In Europa, negli ultimi 15 anni, sono sparite oltre 5 milioni di aziende agricole. Tra il 2005 e il 2020, quasi il 40% delle attività ha abbandonato i campi». La soluzione per invertire questa tendenza è far tornare attrattiva l'agricoltura soprattutto per i giovani. «Ma affinché ciò sia possibile bisogna garantire loro un reddito dignitoso e il rispetto per il lavoro dell'agricoltore». L'agricoltura biologica dimostra che un'altra strada è possibile. «Il grano duro biologico di Naturasì viene pagato all'agricoltore 45 centesimi al chilo, contro i 30 centesimi della filiera convenzionale», ha spiegato **Brescacin**. Per valorizzare il lavoro agricolo, è quindi stato lanciato il progetto di rendere trasparente la composizione del prezzo di alcuni prodotti chiave. Ad esempio, su 3,98 euro pagati per un chilo di finocchi, circa la metà (1,80 euro) vanno direttamente all'azienda agricola e il resto per logistica e trasporto, costi del punto vendita e controllo qualità anche con agronomi in campo. La stessa trasparenza è applicata alla passata di pomodoro, al pane, alle arance da spremuta e ai kiwi, con una comunicazione chiara in negozio, per informare consumatori, associazioni di categoria e istituzioni.

Il presidente di Federbio ha sottolineato che secondo la Fao, i costi nascosti della produzione alimentare a livello mondiale sfiorano i 13 mila miliardi di dollari, di cui il 73% legato a danni alla salute. «Un prezzo più basso sugli scaffali significa uno più alto per le persone». **Silvia Schmidt** ha ricordato che il valore di un prezzo trasparente «è stato riconosciuto anche dalla Commissione europea, che ha istituito l'Osservatorio della filiera agroalimentare per aumentare la trasparenza su costi e margini».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FONDATORE Fabio Brescacin, presidente di Naturasì [Ansa]



187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

IN VIGORE DA IERI

Dalla soia al pollo: la Cina colpisce gli Usa con dazi del 10-15%

Rita Fatiguso —*a pag. 3*

13

L'EXPORT USA DI SEMI DI SOIA
Il valore in miliardi delle esportazioni Usa di semi di soia in Cina nel 2024. Si tratta del bene agroalimentare più esportato dagli Usa in Cina. Da ieri sui semi di soia extra dazio del 10%

Pechino applica dazi del 10 e 15% sui prodotti agricoli americani

Guerra commerciale

Le tariffe più elevate sulle esportazioni Usa di grano, mais, pollame e cotone

Ogni dinamica è ormai stravolta da quando, in ossequio alla Fase 1 dell'accordo Usa-Cina raggiunto all'epoca della prima presidenza Trump, Pechino si impegnava ad acquistare più prodotti agricoli e alimentari dagli Usa per riequilibrare la bilancia commerciale e ridurre il disavanzo con i cinesi.

Oggi, con il ritorno di Trump alla Casa Bianca, il vento è drammaticamente cambiato, la guerra dei dazi tra i due colossi è virulenta e da ieri, 10 marzo, Pechino applicherà nuove tariffe più alte - del 10% e del 15% - su alcuni prodotti agricoli americani, in risposta all'ultimo aumento lanciato dal presidente sulle importazioni cinesi e cioè il dazio generale del 10%, già in vigore dall'inizio di febbraio, che negli ultimi giorni è cresciuto fino al 20%.

La contromossa di Pechino soprattutto quella sui prodotti alimentari farà venire il mal di pancia innanzitutto a chi ha votato Trump, le cui decisioni incidono sia sul carrello della spesa sia sulle dinamiche dell'import-export.

Pechino arrivano tariffe doganali cinesi più elevate anche se, per il momento, i dazi imposti su soia, sorgo, carne suina, bovina, prodotti ittici, frutta, verdura e latticini restano più contenuti (al 10%). Sui prodotti in arrivo dagli Stati Uniti quelle al 15% toccano pollame, grano, mais e cotone.

L'accusa del Ministero delle Finanze di Pechino a Washington è quella di "minare" il sistema commerciale multilaterale, anche se la scelta dei prodotti su cui applicare gli aumenti non è casuale.

Se esistono margini per tornare a negoziare un accordo commerciale che abbia senso non è cosa certa, non ora almeno.

Bisognerebbe ricordare, tuttavia, anche gli effetti che oggi hanno certe mosse del passato in grado di influire non poco sulle dinamiche del mercato alimentare americano.

Quando le acquisizioni globali operate dalla Cina sono partite almeno dodici anni fa fino a raggiungere il picco di 22,54 miliardi di dollari e gli Usa arrivarono a totalizzare il 12,3% della torta, nel maggio del 2013 Shuanghui International, all'estero nota come Shineway, il "big" cinese della carne, mosse le sue pedine per acquisire per 4,7 miliardi di dollari Smithfield Foods il gigante della carne, gloria nazionale della Virginia.

Seguì un periodo di stallo fino al 2019 – Trump era ancora perfettamente in sella - in cinesi si assunsero il debito, la transazione salì a 7,1 miliardi di dollari, mentre il prezzo offerto rappresentava un premio del 31% sulle quotazioni di Smithfield, storico leader mondiale nell'allevamento dei maiali e nei prodotti derivati.

Il Cfius (Committeee on Foreign Investment in the United States) passò al setaccio la proposta finché WH Group, che nel frattempo aveva cambiato nome da Shuanghui o Shineway Group, riuscì nell'impresa.

Fu uno shock del quale gli Stati Uniti si assunsero il peso anche morale. Da allora i cinesi vendono i loro prodotti frutto della trasformazione di carne di maiale agli americani e acquistano prodotti made in Usa anche online più in linea con il gusto cinese. La transizione post merger in effetti fu soft. La Virginia guadagnò un migliaio di posti di lavoro.

Per l'economia cinese non è il momento migliore a causa della persistente debolezza dei consumi

Tanto per ricordare che non sarà facile riportare indietro la moviola del tempo e disallineare le filiere anche per quanto riguarda la carne di maiale.

Per la Cina non è affatto il momento migliore, questi dazi sui prodotti made in Usa cascano in una fase delicatissima per l'economia cinese, anche il premier Li Qiang ha ammesso la debolezza dei consumi nel discorso alla Plenaria del parlamento che chiude i battenti oggi. C'e' una crisi del debito nel settore immobiliare e la disoccupazione giovanile si fa sentire.

La risposta ai dazi Usa è un modo anche a contenere i contraccolpi per l'economia cinese, Pechino può contare in questo momento su un volume di esportazioni verso gli Stati Uniti molto più pesanti.

Ma il declino è evidente, le esportazioni cinesi sono cresciute del 2,3% su base annua nei primi due mesi dell'anno, molto meno rispetto alle precedenti stime, rallentando significativamente rispetto alla crescita del 10,7% registrata nel dicembre 2024.

Le esportazioni, che lo scorso anno hanno raggiunto livelli record, potrebbero non fornire quest'anno la stessa ancora di salvezza economica per Pechino nel bel mezzo dell'inasprimento della guerra commerciale con Washington.

Sarà prima o poi necessario mettersi intorno a un tavolo e tornare a negoziare.

—R.Fa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

LA STAMPA

L'INTERVISTA/2

Elena Moschetta

"Ci sono tante incognite ma il Prosecco si salverà È molto amato negli Usa"

La fondatrice di BiancaVigna: "Spero in una boutade"

LUISA MOSELLO

«Speriamo sia solo una boutade del presidente Trump. I dazi del 200% su tutti i vini dei Paesi dell'Unione Europea non si possono commentare». È attonita Elena Moschetta contitolare con il fratello Enrico dell'azienda vitivinicola "BiancaVigna" nell'Alta Marca Trevigiana tra Conegliano, Pieve di Soligo e Valdobbiadene, terra di Prosecco per eccellenza, e per (alto) gusto. Lei ha studiato Economia alla Ca' Foscari di Venezia prima di trasformare, 25 anni fa, un'azienda di famiglia contadina (il nonno nel primo Dopoguerra è stato fra i primi a piantare le vigne sulle rive eroiche del Conegliano Valdobbiadene) in una grande realtà produttiva di 32 ettari. E non riesce a credere che possa esserci del vero in questo botta e risposta all'ultimo "tappo" da parte degli Usa, come contro risposta al dazio europeo del 50% sul whisky.

Sarebbe solo una minaccia a vuoto o come qualcuno ha detto «una guerra dei bulli»?

«Inizio col ribadire che i dazi sono assolutamente controproducenti sia per chi li mette che per chi li subisce. Mi tornano in mente i ricordi dell'esame di economia internazionale all'università, nei diagrammi che mostravano quanto gli effetti non immediati ma a lungo termine fossero negativi anche per il Paese da cui partono e che ha vantaggi solo nel periodo iniziale. E che poi ha una perdita secca. Per questo voglio pensare che sia solo una sparata, come qualcuno ha detto "una guerra fra bulli"».

Ma la preoccupazione c'è o no?

«C'è, certamente. Sì. L'importatore statunitense che abbiamo recentemente incontrato alla fiera Wine Paris a Parigi ci parlava di una minaccia al massimo del 25%. Come nel primo mandato di Trump, quando i vini colpiti erano stati solo però solo quelli francesi, non gli italiani. Ma ora sembra tutto un'incognita. E anche se, ripeto, appare come una boutade in questa situazione non c'è nulla da ridere. Qualche giorno fa in un incontro organizzato dal Consorzio del Conegliano Valdobbiadene sulle esportazioni negli Stati Uniti, il maggior mercato per il prosecco dopo il Regno Unito, sa quale è stata la risposta della consulente newyorkese per il Vinitaly alle nostre domande sui dazi? Un punto interrogativo».

Il prosecco potrebbe "salvarsi" perché molto amato dagli americani?

«Il nostro vino è davvero molto, molto apprezzato in America. Il valore è assai positivo, cresciuto progressivamente negli anni, sia nella grande distribuzione sia nell'horeca. Qualche dato del 2024: in Usa sono state 125 milioni le bottiglie esportate. Cosa è che piace così tanto agli americani? Il fatto che sia uno spumante semplice ma non banale. Affascina il suo aspetto fruttato che pervade con la sua aromaticità sia al naso che in bocca, la sua versatilità e il suo essere trasversale. Lo considerano una sorta di lusso quotidiano che ci si può sempre permettere ad ogni occasione. Per tutte le fasce, anche d'età».

Se diventasse troppo caro dunque potrebbero essere gli stessi consumatori d'Oltreoceani a ribellarsi?

«Sì, sarebbe proprio la popolazione a opporsi, a ribellarsi perché la sua caratteristica è proprio quella di essere unico. Non costoso e per esperti e non solo per le grandi occasioni come lo champagne di cui esiste anche la versione americana. Che viene prodotta nei loro territori, come ad esempio in California. A differenza del nostro prosecco che invece non si può replicare. Perché siamo stati bravi a veder tutelato e rispettato il nostro marchio e a controllare attentamente ogni tentativo di italian sounding. E in questo ci ha sempre supportato il governatore del Veneto Luca Zaia a cui tutti i viticoltori sono molto legati e grati».

Quindi non vi sentite "traditi" dalla Lega filo trumpiana?

«Non la metterei in politichese. Non ho citato la Lega, ma Zaia». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

REEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

LA STAMPA



Siamo troppo amati dagli americani Saranno gli stessi consumatori a chiedere di evitarli



187438

REEMLAB.

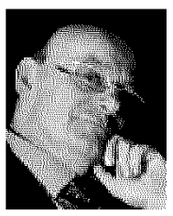
ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

LaVerità

Ursula nuoce gravemente al vino mettendo i dazi sul bourbon yankee

Washington pronta a stangare le bottiglie del Vecchio continente del 200% in riposta alla tariffa Ue sul whisky americano che nessuno beve. Dopo le etichette sul rischio cancro, Von der Leyen penalizza ancora il settore

di **CARLO CAMBI**



Ill presidente della Repubblica **Sandro Pertini**, in un frangente come questo, avrebbe detto: «A brigante, brigante e mezzo». È la risposta che **Donald Trump** ha dato a **Ursula von der Leyen**. A sentire i nostri vignaioli, non tutti per la verità perché quelli che hanno blasone e vendono nella fascia altissima di mercato non fanno una piega così come i migliori produttori di Champagne snobbano le intemerate di **Emmanuel Macron**, c'è in atto una catastrofe provocata dall'inquilino della Casa Bianca che ce l'ha con l'Europa e minaccia dazi del 200% sui vini e spumanti.

È il caso di ricordare che con il vino, semmai, ce l'ha proprio l'Ue e la baronessa **Ursula von der Leyen** che voleva tagliare i sostegni all'export e i contributi perché, secondo i suoi funzionari, il vino fa male. Stiamo ai fatti evitando le ipocrisie. A menare le mani sugli alcolici è stata per prima l'Europa. Ha messo dazi aggressivi del 50% sul whisky a stelle e strisce: il bourbon. Pur molto cresciute, le esportazioni in Europa di distillato americano di malto valgono 630 milioni di euro. Il prezzo medio di una bottiglia è di 34 euro, i più cari arrivano a 60. Gli Usa importano dall'Europa vino per 4,9 miliardi di euro: il prezzo medio dei 150 vini italiani più comprati in America a scaffale è di 148 dollari, poco meno di 136 euro. Domanda: chi si fa più male nella guerra dei dazi sugli alcolici? In Italia, obbedendo al *chiagne e fotte*, si alzano alti lai e le stime sono quasi folli: si dice che perderemo un miliardo di fatturato. Basta ricordarsi che, in forza del massiccio aumento di acquisti che si è avuto a fine 2024 - certificato come dato anomalo dall'Unione italiana vini che oggi piange e che a Natale batteva le mani al più 10% - proprio perché gli importatori temevano i dazi, siamo arrivati a spedire oltreoceano vino per 1,9 miliardi. Ci sta che si dimezzi. Gli americani sono il nostro primo mercato, bevono molto Prosecco che deve stare sotto i 12 dollari altrimenti i Cava spagnoli, gli spumanti cileni e pure i Cremant francesi, lo fanno secco, ma sono anche i più forti consumatori di bottiglie premium.

I prosecchisti, gli stessi che spingono per i vini dealcolati visto che **Ursula von der Leyen** ha dichiarato guerra agli alcolici in Europa, temono i dazi. **Jeremy Hart**, chief strategy officer e co-fondatore di *Somm.ai* e che ha sotto mano le tendenze di consumo del vino italiano negli Usa, dice però che i 150 vini italiani più venduti in America stanno in queste fasce di prezzo: 58 sono sopra i 100 dollari, 92 sotto o vicino a quella cifra. Domanda: è possibile che sopra i cento dollari la domanda sia anelastica, cioè indifferente al prezzo? E che negli Usa vada molto il vino «caro» lo dimostra la classifica per Regioni. Se in testa c'è il Veneto col 36% dell'export anche in forza del Prosecco, le due Regioni che vendono di più sono Piemonte (16%) e Toscana (15%) che sono quelle con i prezzi medi del vino più alti.

Sandro Bottega, leader del Prosecco (e dei distillati), dice: «Ho fiducia che gli americani sopporteranno ugualmente molti degli aumenti di prezzo data l'unicità della produzione italiana. Bisogna agire di diplomazia e su più fronti con grandi conoscenze di scienze economiche, di dialogo e di comunicazione. Se invece», sottolinea **Bottega**, «la Ue vorrà controbattere con altri dazi, si innescheranno reazioni a catena che danneggiano i consumatori europei e americani». In queste ore Coldiretti si lamenta con **Ettore Prandini**: «È a rischio l'export italiano che, in 20 anni, è quasi triplicato e ora è pari a 1,94 miliardi. Bisogna fermare i dazi». **Luigi Scordamaglia**, ad di Filiera Italia, aggiunge: «Credo che ci voglia buon senso da entrambe le parti. La minaccia di **Trump** è legata alla conferma dell'Europa del dazio del 50% sul whisky americano. La Commissione Ue dovrebbe dimostrare buona volontà mantenendo la moratoria su questo dazio». **Luca Rigotti**, settore vino di Confcooperative - le cantine sociali vendono a prezzo medio più basso - invita «a scongiurare lo scontro sul vino». Per l'Unione italiana vini, presieduta da **Lamberto Frescobaldi**, «Con i dazi al 200%, a cui non vogliamo credere, l'Ue perderebbe circa 4,9 miliardi di euro di export, il totale dell'export in Usa. L'Italia perderebbe 470 milioni diretti e un miliardo di danno indiretto: l'80% del nostro vino sarebbe coinvolto».

Ci sono due dati da tenere in conto: il consumo di vino negli Usa è crollato del 4,4% a prescindere dai dazi e **Donald Trump** - nel suo best seller *The art of the deal* spiega la strategia commerciale: sparare in alto e poi trattare - ha risposto all'attacco di **Ursula von der Leyen**, La quale non ha simpatia per il vino. Ha detto sì alle etichette allarmistiche in Irlanda, vara il BeCa - documento anti-cancro - in cui si colpisce il consumo di vino imponendo accise fortissime, vietando la pubblicità, mettendo barriere al commercio e diffondendo allarmi sanitari. Così il consumo di vino in Europa è già crollato a 19,8 litri a testa e scende ancora. La Commissione Ue, sapendo che ci sarebbero state ritorsioni, ha scelto di sparare sul whisky Usa piuttosto che sulle auto. Non si poteva dare un dispiacere ai tedeschi, concittadini di **Ursula von der Leyen.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

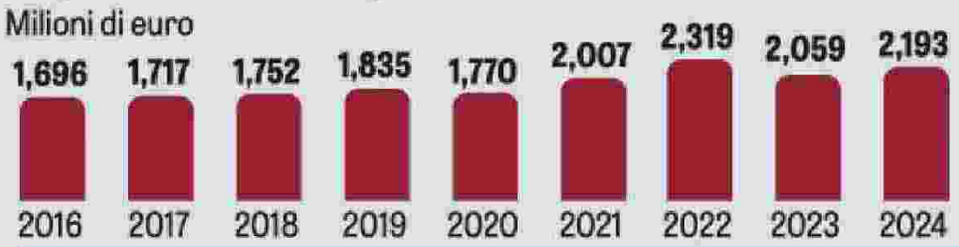
LaVerità

I CALICI ITALIANI IN AMERICA

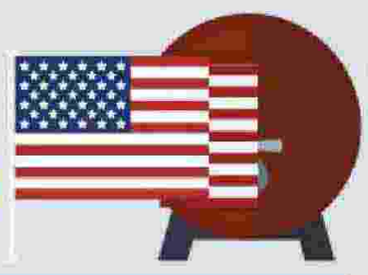


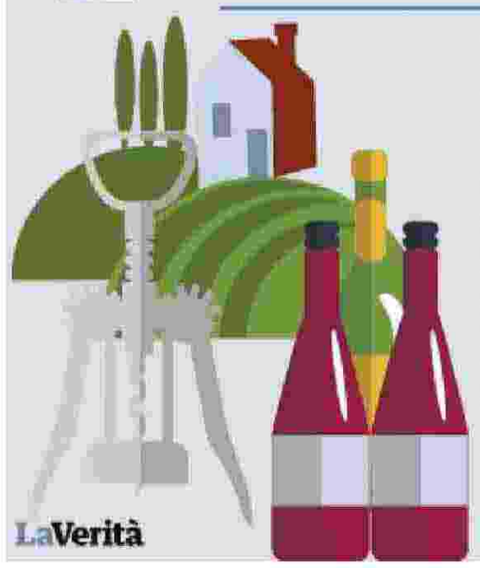
L'export di vini italiani negli Usa

Milioni di euro



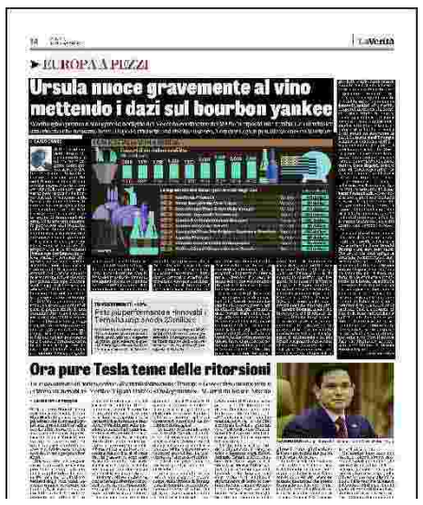






La top ten dei vini italiani più venduti negli Usa

			Costo a bottiglia
1	*La Marca Prosecco*	Veneto	48 dollari
2	*Santa Margherita Pinot Grigio*	Veneto	59 dollari
3	*Ecco Domani Pinot Grigio Delle Venezie*	Veneto	40 dollari
4	*Antinori Tignanello Toscana Igt*	Toscana	240 dollari
5	*Tenuta San Guido Bolgheri Sassicaia*	Toscana	462 dollari
6	*Ruffino Prosecco – Veneto*	Veneto	45 dollari
7	*Tenuta dell'Ornellaia Bolgheri Superiore Ornellaia*	Toscana	453 dollari
8	*Lunetta Prosecco*	Veneto	45 dollari
9	*Castello Banfi Brunello di Montalcino*	Toscana	135 dollari
10	*Ruffino Chianti Classico Riserva Ducale*	Toscana	50 dollari



187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE

Il Canada risponde con dazi al 25% e la Cina tassa gli agricoltori Usa

La nuova trade war

Il premier Trudeau annuncia una «lotta spietata» per tutelare il suo Paese

Marco Masciaga
Dal nostro corrispondente
NEW DELHI

Per una guerra convenzionale come quella in Ucraina, avviata verso una conclusione che non si annuncia meno gravida di conseguenze del suo svolgimento, ieri ne è ufficialmente scoppiata un'altra, di natura commerciale e portata globale, che potrebbe avere ramificazioni altrettanto capillari sulla crescita economica mondiale.

I dazi contro amici (Canada e Messico) e nemici (Cina) prima annunciati e poi rimandati dal presidente americano Donald Trump sono entrati ufficialmente in vigore. Come era facile attendersi, le risposte dei Paesi presi di mira (formalmente per non fare abbastanza contro il traffico di fentanyl e dei suoi precursori chimici) non si sono fatte attendere.

La scelta, forse inevitabilmente in un mondo come quello trumpiano in cui tutto è perennemente negoziabile, è stata quella di condannare con forza, ma a parole, la scelta americana, e rispondervi, nei fatti, con una gradualità che sembra pensata per lasciare aperta la porta della de-escalation.

Cina

La prima risposta è arrivata da Pechino, colpita ieri da tariffe per un ulteriore 10%, andate ad aggiungersi al 10% imposto il 4 febbraio scorso, che a sua volta si sommava all'eredità lasciata dalla prima presidenza Trump (dazi fino al 25%) e dalla successiva amministrazione Biden (50% sui semiconduttori, 100% sui veicoli elettrici).

A partire dal prossimo 10 marzo l'importazione in Cina di carne, pesce, cereali, cotone, frutta, verdura e prodotti caseari made in Usa sarà gravata da dazi oscillanti tra il 10 e il 15 per cento. Ancora una volta sarà quindi il settore agroalimentare Usa a pagare il prezzo più alto, nonostante dallo scoppio della prima guerra commerciale nel 2018 abbia già visto contrarsi di decine di miliardi le sue esportazioni verso la Cina, cedendo al Brasile lo scettro di primo esportatore verso il colosso asiatico.

In aggiunta, 15 società americane sono state aggiunte alla lista di quelle a cui non può essere venduta tecnologia *dual use* e altre 10 sono state colpite da restrizioni su import, export e investimenti.

Dal 10 marzo carne, pesce, cereali, cotone, frutta e formaggi Usa importati in Cina gravati da tariffe tra 10 e 15%

Canada

Anche Ottawa – colpita da dazi del 25% sulle merci esportate verso gli Stati Uniti (fa eccezione l'energia, tassata al 10%) – non ha perso tempo nel rispondere alla guerra commerciale di Trump. Il Canada ha annunciato tariffe del 25% su non meglio specificate esportazioni Usa per 30 miliardi di dollari Usa, con l'obiettivo di allargare il paniere a 125 miliardi entro il 21 marzo.

Il primo ministro Justin Trudeau ha criticato i dazi americani, annunciando una «lotta spietata» per tutelare l'economia del suo Paese. «È arrivato il momento di rispondere picchiando duro e dimostrare che in una sfida contro il Canada non potranno esserci vincitori». Trudeau ha ribadito che il suo Paese ha fatto tutto ciò che aveva promesso di fare per mettere in sicurezza il suo confine con gli Usa e che il fatto che la minaccia dei dazi si sia concretizzata comunque, dimostra che gli obiettivi di Trump sono altri e hanno a che fare con la volontà di annettere il Paese agli Usa.

Messico

La presidente messicana Claudia Sheinbaum ha spiegato che il suo Paese risponderà alle tariffe americane, ma che i dettagli saranno annunciati domenica prossima in un evento pubblico in una piazza centrale di Città del Messico. Un modo per lasciare uno spiraglio aperto ai negoziati (i due leader potrebbero parlarsi giovedì) e allo stesso tempo trasformare un'eventuale controffensiva in un'arma propagandistica.

Nelle scorse settimane, la Sheinbaum è stata di gran lunga il leader più brillante nel rispondere alle provocazioni di Trump, trasformando gli attacchi del presidente Usa in consenso elettorale a livello domestico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

PANORAMA

NEL CANADA ARRABBIATO L'ITALIA È FAVORITA



Le minacce (e le dilazioni) di dazi fatte da Donald Trump spingono il Paese a diversificare le importazioni. Ecco che si aprono spazi per le imprese tricolori.

di Gian Marco Litrico, da Kelowna, British Columbia (Canada)



GETTY IMAGES (3)

«Strong and free». Un Canada forte e libero. Sono le parole che campeggiavano sulla prima pagina del quotidiano *Globe and Mail* il 5 marzo scorso, il giorno dopo l'inizio della guerra economica tra Washington e Ottawa. Un tira-e-molla di annunci e smentirt sui dazi, fino all'entrata in vigore della «tassa» americana del 25 per cento su alluminio e acciaio. Wall Street non ha gradito, con l'indice Standard & Poor's 500 che ha innestato la retromarcia rispetto agli entusiasmi seguiti all'incoronazione di The Donald. I canadesi non si fanno illusioni. L'ex premier Justin Trudeau, però, è stato chiaro: con i suoi dazi, il presidente Usa vuole portare il Paese al collasso economico per annetterlo come 51° Stato dell'Unione.

Dopo la pugnalata alle spalle ricevuta dalla nazione storicamente più amica, ora vince la rabbia. Racchiusa in un'espressione molto canadese: «Elbows up and gloves off». Ovvero, su i gomiti e via i guantoni. Il gesto che nell'hockey su ghiaccio significa che è ora di combattere. Al momento, solo con il portafoglio, boicottando il made in Usa. Il risultato è un vuoto commerciale che attira l'Italia, anche sotto la spinta del trattato Ceta con la Ue: nei cinque anni dalla sua entrata in vigore, nel 2017, l'export verso il Canada è cresciuto del 40 per cento.

L'ambasciatore italiano a Ottawa Alessandro Cattaneo, da diplomatico di carriera, misura le parole. «L'ha detto bene il vice presidente Antonio Tajani: la guerra dei dazi non conviene a nessuno. Con la sua vocazione all'export, l'Italia sa che il commercio internazionale crea prosperità diffusa e per questo sta lavorando, ricomponendo le tensioni esistenti. Detto ciò, il Canada punta da tempo a diversificare la sua economia. L'Europa è un interlocutore privilegiato, con l'Italia in primo piano: nel 2024, dopo la Germania, è stata il secondo partner commerciale

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY



Un'estensione di grano in Canada: il Paese è tra i maggiori produttori al mondo. Sotto, proteste contro le dichiarazioni di Donald Trump che ne parla come del 51esimo Stato americano. A sinistra, Mark Carney, il neopremier.



AZIONI E REAZIONI

del Paese, con un export di 12,3 miliardi di dollari canadesi, circa otto miliardi di euro, e un interscambio di 15,5 miliardi, pari a quasi dieci. Italia e Canada sono orientati a collaborare per la complementarietà delle loro economie». Quali opportunità si aprono? «Ce ne sono in tutti i settori. In quelli tradizionali e in quelli ad alto contenuto tecnologico. La "roadmap" per una cooperazione rafforzata, firmata l'anno scorso dal presidente Meloni e dal premier Trudeau, dà risalto a energia, aerospazio, intelligenza artificiale e materie prime critiche».

Sullo sfondo delle probabili elezioni federali, con il duello tra il liberale Mark Carney, neo primo ministro, e il conservatore Pierre Poilievre, ecco quindi che le nostre imprese hanno buone carte da giocare. In Canada servono nuove *pipeline* per vendere l'energia in Europa e in Asia, e aziende quali Tenaris, Saipem, Bonatti, Eni, Snam e Fincantieri - operano qui da anni. Enel Green Power e il gruppo AB possono aiutare un Paese che punta alla neutralità carbonica entro il 2050, ma che inquina tanto per estrarre il petrolio. Leonardo può mettere a frutto la riduzione dell'import di tecnologie americane, fornendo elicotteri, droni e componenti per la difesa, mentre Sacmi, Danieli, Brembo e Comau sono un'alternativa ai fornitori americani nell'automotive e nel packaging. Traducendo anche in numeri, l'export automobilistico da 345 milioni di euro ha come gioielli Ferrari, Lamborghini e Maserati, mentre Gucci, Prada, Versace, Moncler e Armani tengono alta la bandiera del lusso in una realtà che al 95 per cento veste casual. Nel 2023, Natuzzi, Tomasella e Calligaris, ma anche Alessi, Smeg e Flos, tra gli altri, hanno portato il design italiano nelle case dei canadesi per 150 milioni di euro, mentre nell'export farmaceutico - da 580 milioni nel 2024 - c'è spazio per Menarini, Chiesi, Bracco e Recordati. Dulcis in fundo, l'agroalimentare: l'Italia è il terzo esportatore dopo Usa e Messico. Per rafforzare il suo status di superpotenza agricola, il Canada può contare su produttori italiani di macchinari, da New Holland, di proprietà di Exor, a Maschio Gaspardo, Carraro e Celli, aziende meno note al grande pubblico.

Con il boicottaggio in atto, potrebbe crescere anche il fatturato di Barilla, Ferrero, Lavazza e dei consorzi del Parmigiano Reggiano o del Prosciutto di Parma. Il vino, da solo, vale 420 milioni di euro, ma le «gabelle» sulle etichette californiane favoriscono potenzialmente marchi quali Antinori, Zonin e Frescobaldi. Nonostante le distanze, anche frutta e ortaggi italiani trovano posto sulle tavole canadesi. Ne è convinto Dom Rampone, che discende da una famiglia piemontese arrivata negli anni Trenta nella Okanagan Valley, zona vinicola della British Columbia. Esporta ciliegie a Taiwan grazie ad apparecchiature che replicano temperatura, illuminazione e umidità del frutto sull'albero e, parallelamente, sviluppa business per la Camera italiana del Commercio del Canada occidentale. Ora lavora a un altro progetto: aiutare un coltivatore di radicchio trevigiano a esportare il suo prodotto in questa remota provincia affacciata sul Pacifico. Se ci riesce, le agenzie che promuovono le imprese italiane dovranno fare gli straordinari. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

CORRIERE DELLA SERA

Export, è corsa contro il tempo

Dal parmigiano al prosecco, l'attesa della «scure» tariffaria spinge le vendite verso gli Stati Uniti e riempie le dogane

Il dossier

di **Leonard Berberi** e **Valentina Iorio**

La sfida del «Made in Italy» per prevenire l'aumento dei costi derivante da nuovi possibili dazi è cominciata subito dopo l'elezione di Donald Trump. E continua. «Sapevamo che faceva sul serio. E la conferma della corsa all'invio anticipato di vino è nei numeri: fino a ottobre eravamo sotto i dati del 2023, poi c'è stato il record con 2 miliardi di vino venduto, il record di export a novembre-dicembre», racconta Marco Caprai, vignaiolo umbro da un milione di bottiglie l'anno. «Abbiamo già spedito 600 mila euro di prodotto, l'intera quantità di vino prevista per il 2025. Ma il problema è il 2026. Già i dazi al 25% sono una follia, quelli al 200%... non ci voglio nemmeno pensare. Vuol dire buttare al vento 30-40 anni di investimenti, di sviluppo, di rapporti di lavoro», spiega Caprai.

Beni in anticipo

Il *front loading*, l'anticipo delle importazioni da parte degli americani, è confermato dai dati. L'import dei porti americani è aumentato del 13% a gennaio, del 6,1% a febbraio e per marzo si prevede un ulteriore aumento del 10-11%. «I noli da e per gli Usa registrano degli incrementi per ora poco significativi, ma sono gli unici in aumento in un quadro mondiale in netta diminuzione», spiega Alessandro Pitto, presidente di Fedespedi. «Le tariffe del trasporto dei container rischiano di lievitare anche per effetto delle tasse che gli Usa vogliono imporre alle navi costruite in Cina che attraccheranno nei porti americani: si parla di un milione di dollari per ogni scalo», aggiunge Pitto. Inoltre alcune compagnie di navigazione hanno annunciato che da aprile applicheranno una tariffa aggiuntiva di 700 dollari per un container standard.

I rincari

Anche gli esportatori hanno notato i primi rialzi. «Siamo già sopra i 4 mila dollari a container», dice Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano. «Su 163 mila tonnellate prodotte annualmente (oltre 4 milioni di forme), esportiamo il 43% della produzione totale. Fatto cento il mercato estero, 22,5 è rappresentato dagli Usa», ricorda Bertinelli, che conferma una tendenza all'«accaparramento». «Il nostro prodotto nell'ultimo semestre 2024 ha registrato una crescita dei prezzi all'origine che ha spinto gli importatori ad una corsa all'acquisto». Il consumatore americano oggi paga il Parmigiano stagionato 24 mesi 48 dollari al chilo, con un dazio ulteriore del 25% supererebbe 55 dollari al chilo. «I dazi che Trump ha imposto nel 2019 non ci hanno creato problemi in termini di vendite. Gli americani hanno continuato a sceglierci. Ma essere nello scaffale con un prezzo più alto a fianco di un parmesan che costa la metà ci preoccupa».

Anche il Prosecco a gennaio ha registrato un aumento dell'8% delle vendite rispetto a gennaio 2024. «A partire da novembre 2024 gli operatori Usa hanno iniziato a fare maggiori scorte di prodotto. Questo ha determinato un incremento significativo del movimento dei container nel porto di Los Angeles e dei voli commerciali dedicati alla movimentazione di merci dall'Italia agli Usa», racconta Giangiacomo Gallarati Scotti Bonaldi, presidente di Federdoc e vicepresidente Consorzio Prosecco DOC . «L'introduzione dei dazi sarebbe un colpo durissimo per la *DOC Economy*, con un impatto complessivo — diretto e indiretto — stimato intorno al miliardo di euro. E la preoccupazione è ancora più alta se consideriamo che queste stime sono basate su dazi al 25% e non del 200%, come minacciato».

Gli altri settori

Le ricadute sarebbero pesanti anche per altri settori. «Le esportazioni in Usa dei comparti calzaturiero, pelletteria, conceria e pellicceria, nel 2024 hanno raggiunto un valore di quasi 3 miliardi di euro», dice Giovanna Ceolini, presidente di Confindustria Accessori Moda. «Le esportazioni potrebbero subire un drastico ridimensionamento a causa dell'aumento dei costi per i consumatori americani e il calo della loro volontà d'acquisto».

Per l'export italiano di macchine utensili gli Stati Uniti sono il primo mercato di sbocco (570 milioni), ma per ora le tariffe non destano particolare preoccupazione. «La manifattura statunitense — che Trump vuole rilanciare — ha bisogno di quei sistemi di produzione e automazione di qualità che il "Made in Italy" garantisce», sottolinea Riccardo Rosa, presidente Ucimu, che riunisce i costruttori di macchine utensili, robot e automazione. «Anzi, se le tariffe per i prodotti europei saranno meno pesanti di quelle verso la Cina, come avvenuto in passato, potremmo avere un vantaggio competitivo — ipotizza —. Lo scenario è in costante evoluzione, quindi bisogna capire quali misure entreranno davvero in vigore, al di là dei proclami e delle minacce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

CORRIERE DELLA SERA

LE TAPPE

1 febbraio
Annunciati nuovi forti dazi su Canada, Messico e Cina
Annunciati due round di dazi di ritorsione

3 febbraio
I dazi sul Messico vengono sospesi per 30 giorni
I dazi sul Canada vengono sospesi per 30 giorni

4 febbraio
Entrano in vigore i dazi sugli scambi con la Cina
Applicati nuovi dazi statunitensi come parte del pacchetto di ritorsione

5 febbraio
Spedizioni duty-free di basso valore dalla Cina ripristinate temporaneamente

10 febbraio
Annunciati dazi del 25% sulle importazioni di alluminio e acciaio - con entrata in vigore prevista per il 12 marzo

4 marzo
Entrano in vigore i dazi del 25% su Messico e Canada, precedentemente rinviati
Annunciata un'ulteriore imposta del 10% sulle importazioni cinesi
Annunciato pacchetto di ritorsione: dazi del 25% su beni importati per un valore di 155 miliardi di dollari, inclusa una lista di beni per 30 miliardi di dollari

6 marzo
Nuovi ordini esecutivi rivedono i dazi generalizzati del 25% su Messico e Canada

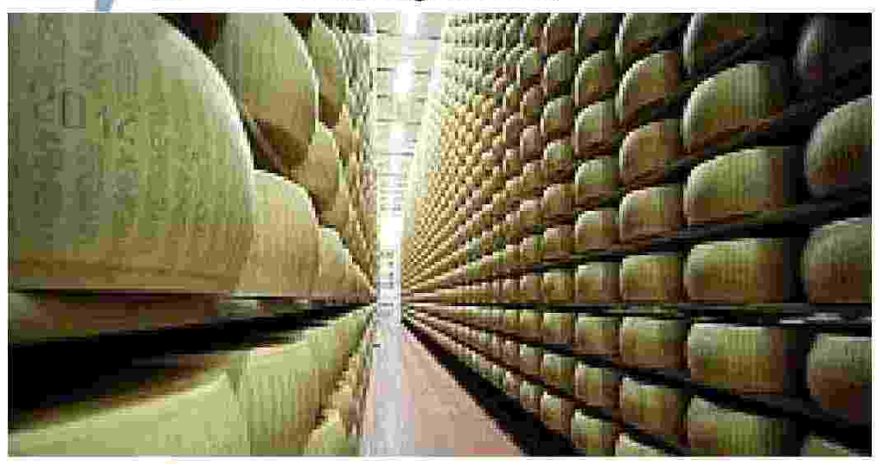
11 marzo
Gli Stati Uniti annunciano un ulteriore dazio del 25% sulle importazioni di acciaio e alluminio dal Canada

12 marzo
Con l'entrata in vigore dei dazi statunitensi su alluminio e acciaio, un pacchetto di dazi di ritorsione dell'UE colpisce fino a 26 miliardi di euro di beni americani, con entrata in vigore prevista per il 1° aprile
Il Canada risponde con nuovi dazi su 21 miliardi di dollari americani di beni statunitensi

CdS *Fonte: Peterson Institute for International Economics, Wells Fargo Economic Insights*



1,9 miliardi di euro
Il fatturato nel 2024 del vino italiano esportato soltanto negli Stati Uniti



7,2 miliardi di euro
L'Italia è terza nell'export agroalimentare in Usa, con 7,2 miliardi di euro nel 2023



4,5 miliardi di euro
Il valore dei beni di lusso «made in Italy» esportati negli Usa nei primi dieci mesi del 2024


Primo piano Il commercio
Dazi, allarme Istat: rischi rilevanti Ma riparte il dialogo Europa-Usa
L'export, è corsa contro il tempo

187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Quotidiano

Il Sole 24 ORE

Carciofi egiziani, pelati cinesi: chi non rispetta gli standard Ue

L'allarme degli agricoltori. L'import agroalimentare dai Paesi extraeuropei è salito a 18,62 miliardi ma molti di questi prodotti vengono coltivati utilizzando sostanze chimiche oggi vietate in Europa

Micaela Cappellini

Dalle nocciole turche al grano canadese, dai pomodori cinesi ai carciofi egiziani, gli agricoltori lanciano l'allarme: sulle tavole dei consumatori europei arrivano sempre più spesso prodotti che non rispettano gli stessi standard Ue in termini di utilizzo di sostanze chimiche, di rispetto dell'ambiente e di tutela dei diritti dei lavoratori.

Calcola la Coldiretti che nel 2024 il valore delle importazioni agroalimentari dai Paesi extraeuropei è salito a 18,62 miliardi di euro, il 4% in più rispetto al 2023, fino a rappresentare ormai il 28% dell'import nazionale. Sempre nel 2024 gli allarmi alimentari sulla frutta e la verdura di provenienza estera sono aumentati del 30%. Stando ai dati Rasff, il sistema di allerta rapido dell'Unione europea, l'anno scorso sono scoppiati 165 allarmi relativi ai prodotti ortofrutticoli arrivati in Italia, comprese le spezie e la frutta secca, contro i 115 registrati nel 2023.

In cima alla lista dei sorvegliati speciali c'è la Turchia: il 38% di tutti gli allarmi alimentari dell'anno scorso hanno riguardato prodotti importati da Ankara. Dall'Anatolia per esempio, ricorda sempre la Coldiretti, arriva quasi la metà del totale delle nocciole importate nel nostro Paese, pari a 36 milioni di chili rispetto ai 75 milioni complessivi. E proprio questo prodotto, a causa dell'elevato contenuto di residui di aflatossine cancerogene, è spesso finito nel mirino dei controlli del Rassf. Senza contare che il dipartimento del Lavoro degli Stati Uniti ha da tempo accusato ufficialmente la Turchia di sfruttamento dei lavoratori usati nella coltivazione delle nocciole.

Livelli troppo alti di aflatossine - cioè tossine prodotte da funghi - sono stati trovati anche nei fichi secchi importati dalla Turchia, nelle noccioline cinesi e nei pistacchi iraniani. I controlli alle dogane hanno inoltre bloccato diversi prodotti che presentavano limiti oltre la soglia di pesticidi vietati nella Ue: tra questi c'erano i kiwi dall'Argentina, le banane dall'Ecuador, i peperoncini dal Ruanda, le fave dall'Egitto e lo zenzero dal Perù.

Dalla Cina, soltanto lo scorso anno, sono arrivati 98,5 milioni di chili di derivati del pomodoro, il 16% in più rispetto al 2023. Con 11 milioni di tonnellate, Pechino è ormai diventata il maggior produttore mondiale di pomodoro da industria, superando gli Stati Uniti. Ma a oscurare il suo primato ci sono due ombre: la prima riguarda le denunce relative allo sfruttamento delle minoranze etniche e dei prigionieri politici per la raccolta del pomodoro; la seconda ha a che fare con regole produttive differenti, a magli più larghe, per quanto riguarda il ricorso ai pesticidi.

Sempre nel 2024 sono sbarcati in Italia 4,5 milioni di chili di carciofi egiziani, pari a quasi la metà del totale importato nel nostro Paese. In media vengono acquistati a prezzi inferiori rispetto al prodotto italiano, circa il 40% in meno. Anche in Africa, però, la maggior parte delle normative nazionali consentono l'utilizzo nei campi di sostanze vietate in Europa, che consentono di ridurre i costi per i produttori locali.

Sul tavolo, sostiene la Coldiretti, non ci sono solo i rischi per la salute dei cittadini europei. L'import dai Paesi extra-Ue rappresenta anche una forma di concorrenza sleale ai danni delle imprese agricole del Vecchio continente. Quest'inverno, per esempio, gli arrivi di grano canadese hanno fatto registrare un aumento del 68% rispetto alla campagna precedente. Grano che, peraltro, viene trattato in pre-raccolta con il glifosato, con una modalità vietata nel nostro Paese. L'effetto di uno sbarco così massiccio è di far crollare le quotazioni del grano nazionale, che nella prima settimana di marzo hanno infatti visto un calo del 12% dei prezzi pagati agli agricoltori. La concorrenza del prodotto canadese sta avendo un effetto negativo anche sulle semine: secondo le prime stime il quadro tendenziale è quello di un calo significativo delle superfici a grano duro in Italia in media del 6-7%, con punte che arrivano fino al 10%.

Anche le importazioni di olio tunisino nel 2024 sono aumentate del 30%, raggiungendo i 57 milioni di chili e arrivando a rappresentare l'83% di tutto l'olio extra-Ue arrivato nel nostro Paese. Questo olio viene venduto sotto i 5 euro al litro, con una pressione al ribasso sulle quotazioni di quello italiano, costringendo gli olivicoltori nazionali a svendere il proprio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Quest'inverno gli arrivi di grano canadese trattato col glifosato ha fatto registrare un aumento del 68%

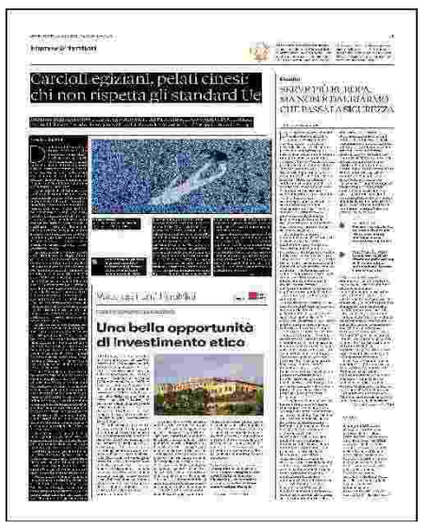
187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE



Nocciole turche.
Cresce la produzione nel distretto Giresun, che affaccia sulla parte più orientale del Mar Nero


Carciofi egiziani, pelati cinesi: chi non rispetta gli standard Ue

Una bella opportunità di investimento etico

SICUREZZA SUL LAVORO: REGOLE... MA NON DA LIBRARSI CHE BASSA LA SICUREZZA

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE

Gli agricoltori: dall'intesa con New Delhi più danni che da quella col Mercosur

I dubbi dei produttori

Allarme di Coldiretti soprattutto per riso, latte e per la carne bovina

Micaela Cappellini

Latte, carne bovina e riso. Bastano questi tre prodotti per far dire agli imprenditori agricoli italiani che un eventuale accordo di libero scambio tra l'India e la Ue sarebbe addirittura più dannoso per l'agricoltura europea della tanto osteggiata intesa col Mercosur.

L'allarme arriva dalla Coldiretti, la prima in Italia ad aver reagito dopo l'annuncio, da parte della Commissione europea, di voler riaprire le trattative con New Delhi per raggiungere un accordo. «La presidente della Commissione europea, Ursula von der Leyen, ha preso un po' tutti di sorpresa con questa sua iniziativa, non concordata con tutti gli Stati membri, di voler incontrare il premier indiano Modi per riaprire le trattative», sostiene Luigi Scordamaglia, amministratore delegato di Filiera Italia e responsabile mercati, internazionalizzazione e politiche comunitarie della Coldiretti. Per questo ancora un coordinamento tra le associazioni agricole europee sul tema non c'è, e nemmeno una posizione ufficiale in merito.

In passato, un tentativo di raggiungere un'intesa di libero scambio tra Ue e India c'è già stato: «Allora - ricorda Scormadaglia - fu messa un'offerta negoziale sul tavolo, poi la discussione si interruppe bruscamente nel 2016». Ma sul quel tavolo di allora, sostiene oggi la Coldiretti, c'erano già tutti gli elementi per il no ribadito oggi.

Il primo riguarda la potenza produttiva dell'India. New Delhi è il più grande produttore di latte al mondo, ne munge 250 milioni di tonnellate all'anno, pari a un quarto di tutta la produzione mondiale. Lo esporta prevalentemente in Africa e nei vicini Paesi asiatici a un prezzo molto competitivo, pari a pochi centesimi. Il primato delle stalle indiane non finisce qui: New Delhi, infatti, è anche il più grande produttore al mondo di carne bovina e bufalina, con 300 milioni di capi venduti a meno di un euro al chilo, ancora una volta con destinazione prevalentemente africana. Infine, il Subcontinente è un grande coltivatore di riso, con un raccolto annuale da 140 milioni di tonnellate. Di questo cereale la Cina resta oggi il maggior produttore al mondo, ma gli analisti di settore hanno già previsto che nel 2030 New Delhi farà il sorpasso su Pechino.

«Oggi - dice Scordamaglia - questi prodotti vanno in Africa e in Asia, ma se non verrà fatto valere il principio di reciprocità, con prezzi così competitivi e senza più l'onere dei dazi, questi stessi prodotti invaderebbero il mercato comunitario. Questo accordo, se venisse raggiunto, sarebbe molto più dannoso di quello con il Mercosur proprio per il fatto che l'India è un produttore ben più grande e competitivo di tutti i Paesi del Mercosur messi insieme». E gli standard di sicurezza alimentare e ambientale? «Se possibile - sostiene Scordamaglia - sono inferiori a quelli offerti dai produttori del Mercosur».

Nel 2024, ricorda la Coldiretti, l'Italia ha importato dall'India prodotti agroalimentari per 641 milioni di euro, il 21% in più rispetto all'anno precedente, mentre le nostre esportazioni agrifood verso New Delhi si sono fermate a 145 milioni, con una crescita solo del 6%. «Una delle ragioni per cui siamo contrari all'accordo - dice Scordamaglia - è che nell'offerta negoziale indiana troviamo gli stessi elementi che penalizzavano l'Italia all'interno dell'ipotesi negoziale che poi naufragò nel 2016. Mi riferisco al fatto che New Delhi non vuole non dico trattare, ma nemmeno sedersi a negoziare per quanto riguarda l'esportazione di vini e di formaggi italiani. Cioè vogliono escludere dal trattato questi due comparti del settore agroalimentare. Per quanto abbiamo capito, accetterebbero di discutere un accordo sulla protezione delle denominazioni d'origine, ma se da questo accordo escludiamo i due segmenti più rilevanti delle nostre produzioni, è come non avere affatto un accordo».

L'ultima ragione della contrarietà della Coldiretti a un'intesa di libero scambio Ue-India riguarda l'esistenza di dazi mascherati da fiscalità, che quindi non verrebbero meno neanche in caso di un'accordo di azzeramento delle tariffe: «Su determinati prodotti italiani esportati in India - spiega Scordamaglia - oggi, oltre al dazio, si pagano tasse differenziate per Stato e per prodotto. E ogni Stato indiano potrà sempre continuare a stabilire la propria fiscalità anche dopo l'entrata in vigore di un trattato di libero scambio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

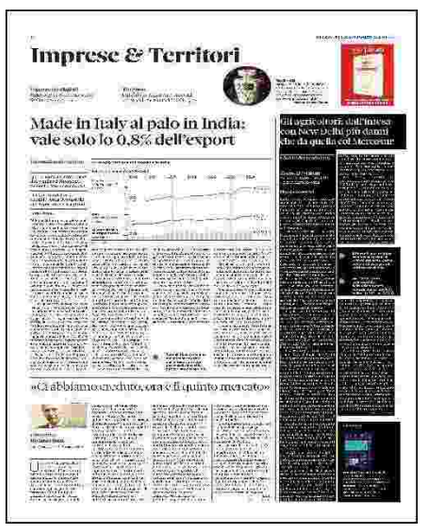
Il Paese è una potenza produttiva: primo al mondo per latte, carne bovina ed è un grande coltivatore di riso

Nel 2024 l'Italia ha importato dall'India prodotti agroalimentari per 641 milioni (+21% sul 2023)

LA MAPPA



SUL SOLE 24 ORE DI LUNEDÌ 17 FEBBRAIO
La fotografia del commercio estero e l'analisi dell'andamento dell'export delle province italiane con un focus sui rischi per i vari settori e territori legati alla guerra dei dazi


Imprese & Territori

Made in Italy al palo in India: vale solo lo 0,8% dell'export

«Ci abbiamo creduto, ora è il quinto mercato»

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

JIM VONDRUSKA/REUTERS



Mais e soia sotto pressione. I dazi americani ridisegnano la geografia del commercio mondiale di prodotti agricoli

Dazi, Trump continua la sua guerra ma crolla la fiducia dei consumatori Usa

Stati Uniti. La Casa Bianca lancia i «dazi secondari» del 25% per chi compra greggio dal Venezuela: tariffe usate come arma politica. Intanto l'indice delle aspettative del consumatori americani cade ai minimi da 12 anni

Marco Valsania
Dal nostro corrispondente
NEW YORK

Il conto alla rovescia verso il gran giorno dei dazi statunitensi al mondo, il 2 Aprile, è scattato tra il moltiplicarsi di formule e piani. E Donald Trump ha nel frattempo sfoderato anche un'arma insolita, tariffe secondarie alla stregua di sanzioni: ha imposto un balzello del 25% all'import Usa da Paesi trovati a comprar greggio e gas dal Venezuela. Ma se oggi la Casa Bianca continua a cantare le lodi delle guerre commerciali, i dubbi sulle sue politiche economiche allarmano gli americani. La fiducia dei consumatori inciampa sul pessimismo per il futuro: il Conference Board ha rivelato che a marzo l'indicatore delle aspettative è precipitato ai minimi da dodici anni, perdendo 9,2 punti a 65,2. Sotto quota 80 la misura segnala recessione in agguato. L'indicatore generale è scivolato per il quarto mese consecutivo, di 7,2 punti a 92,9.

Sotto pressione sono prospettive di reddito, di business e di lavoro. Solo il 16,7% crede in miglioramenti occupazionali e anche la Borsa non offre schiarite: il 37,4% si attende azioni in rialzo nel prossimo anno, dieci punti in meno da febbraio. «L'ottimismo sul reddito futuro, che aveva retto nei mesi passati, è svanito, suggerendo che le preoccupazioni si stanno diffondendo», ha detto Stephanie Guichard del Conference Board.

I riflettori sono oggi accesi sulle incertezze create dalle offensive sul commercio.

Le ipotesi sulle tariffe reciproche Paese per Paese, il piatto forte del 2 aprile, sono un ventaglio e, tra le ultime, si è aggiunto un meccanismo a due tappe: iniziali e immediati dazi, invocando poteri d'emergenza del presidente per affrontare minacce esterne, oppure il Tariff Act del 1930 con barriere fino al 50% contro discriminazioni anti-Usa. Affiancati dal lancio di più protratte e tradizionali indagini commerciali sui partner, nell'ambito della Sezione 301 della legge commerciale del 1974, che possano poi meglio articolare e solidificare le mosse della Casa Bianca. A rivelare il progetto, studiato dal Rappresentante commerciale Jamieson Greer, è stato il *Financial Times*.

Non è la sola modalità in gioco.

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

QN
IL GIORNO il Resto del Carlino LA NAZIONE

Pesano i costi di cacao e burro

Uova e colombe, prezzi alle stelle A Pasqua rincari fino al 40%

Ferri a pagina **19**

Prezzi alle stelle per uova e colombe

I rincari di Pasqua arrivano in tavola

Aumenti al dettaglio fino al 30%, in alcuni casi anche 40%. Pesano i costi vertiginosi del cacao e del burro

di **Franca Ferri**
ROMA

Sarà una Pasqua amara per le tasche dei consumatori, adulti e bambini: i rincari dei prezzi del cacao e la crisi del burro spingono alle stelle il costo delle uova di cioccolato e delle colombe. I dati, che parlano di aumenti fino al 30%, e in alcuni casi del 40% rispetto allo scorso anno, arrivano da una indagine del Condacons sulle marche più note vendute nelle catene della grande distribuzione.

Al netto di offerte o promozioni dei supermercati, i prezzi delle uova di cioccolato, dolce o fondente, si attestano a quota +30% rispetto al 2024. Se poi si cerca un prodotto di gamma medio-alta, in rincaro arriva al 40%: il prezzo a singola confezione può superare i 22 euro (oltre 70 euro al chilogrammo). Brutte notizie anche per le uova di cioccolato destinate ai più piccoli, con aumenti che partono da +8,3% e arrivano a +33% per le marche che hanno in licenza loghi legati società sportive, cartoni animati, bambole, serie tv amati dai bambini.

Non va meglio con le colombe: l'indagine del Codacons rivela che per le marche più commercializzate in Italia i rincari sono nell'ordine del 21% rispetto allo scorso anno, ma non in modo uniforme. Il prezzo della colomba classica sale, a seconda della marca e del punto vendita, tra il 6% e il 9% rispetto al 2024, mentre quelle farcite al cioccolato (con gocce di cioccolato, glasse o creme al cacao), segnano aumenti più pesanti, tra il 18% e il 36%.

Perché questi prezzi spropositati? Per la crisi delle materie prime: le quotazioni del cacao hanno raggiunto il record di 12mila dollari la tonnellata a fine 2024, e viaggiano attualmente attorno agli 8mila dollari, contro i 2.900 dollari del marzo 2023, con un incremento di oltre il 175% e impatti diretti sui prezzi al dettaglio di tutti i prodotti a base di cacao.

Anche il burro, materia prima base della colomba, ha registrato aumenti astronomici, pari a +83% su base annua secondo gli ultimi dati della Commissione europea, con le quotazioni che hanno superato gli 8.300 dollari a tonnellata, fa notare il Codacons. Se a questi aumenti delle materie prime si sommano le tensioni sul fronte energetico che appesantiscono i costi di produzione a carico dell'industria, si comprendono i rincari esagerati sui prezzi al dettaglio. Produttori e Gdo puntano sul fatto che uova di cioccolato e colombe fanno parte della tradizione pasquale e non possono mancare. Però quest'anno forse saranno più piccole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Per uova di cioccolato si può spendere anche oltre 70 euro per kg


IL GIORNO

Ucraina, truppe cinesi per la tregua

Papa Francesco lascia l'ospedale


Economia

Prezzi alle stelle per uova e colombe
I rincari di Pasqua arrivano in tavola

Generali, ci sarà la lista dei fondi

187438

il Giornale

SCENARI INTERNAZIONALI IL NODO COMMERCIO

«Dazi, un attacco al Made in Italy»

I timori di Mattarella. Giorgetti: «I balzelli Usa sono un'arma destabilizzante»

Gian Maria De Francesco

Il ministro dell'Economia Giancarlo Giorgetti e il presidente della Repubblica Sergio Mattarella ieri hanno lanciato un nuovo allarme sulle politiche protezionistiche, evidente il riferimento agli Usa. «È un periodo anche di guerre commerciali e finanziarie decisamente aggressive attraverso l'utilizzo di dazi e criptovalute, strumenti usati come delle vere e proprie "armi economiche" in grado di ridefinire gli equilibri e le dinamiche finanziarie e commerciali globali, ma che stanno anche influenzando profondamente la politica mondiale», ha detto Giorgetti, intervenuto al giuramento degli Allievi ufficiali della Guardia di Finanza a Bergamo.

Secondo il ministro, l'imposizione di dazi «non è più solo una misura per difendere l'economia nazionale e regolare le relazioni commerciali tra Paesi, ma una vera e propria leva che condiziona le politiche internazionali». Se applicati in modo strategico, ha aggiunto, «possono alterare gli scambi globali, influenzare alleanze politiche e ridisegnare gli assetti geopolitici». Un altro tema centrale toccato da Giorgetti è quello delle criptovalute: che «stanno emergendo come una forza economica per certi versi dirompente». La loro capacità di operare al di fuori dei tradizionali circuiti bancari e di sfidare la centralità delle valute sovrane, ha sottolineato, «sta portando a nuove forme di indipendenza economica». Tuttavia, ha avvertito il ministro, «la crescente diffusione delle monete digitali mette sotto pressione i tradizionali meccanismi di controllo economico e politico, aprendo nuove frontiere per gli scambi finanziari, ma anche per finanziare attività che non sempre sono lecite». Occorre, pertanto, vigilare perché «tariffe doganali e monete virtuali, in modo diverso ma altrettanto efficace, sono mezzi che condizionano non solo l'economia ma anche la politica internazionale».

Il presidente della Repubblica Sergio Mattarella, intervenuto al 44simo Forum della cultura dell'olio e del vino della Fondazione italiana Sommelier a Roma, ha espresso analoghe preoccupazioni. «Nuove nubi sembrano addensarsi all'orizzonte, portatrici di protezionismi immotivati, di chiusura dei mercati dal sapore incomprensibilmente autarchico, che danneggerebbero in modo importante settori di eccellenza come quelli del vino e dell'olio», ha rimarcato ricordando che «nella storia la contrapposizione tra mercati ostili ha condotto ad altre più gravi forme di conflitto», mentre «i mercati aperti producono una fitta rete di collaborazioni che, nel comune interesse, proteggono la pace». Una sollecitazione raccolta da Coldiretti che ha evidenziato come in un momento in cui il valore dell'Italian sounding ha superato i 120 miliardi di euro, il fenomeno dei falsi prodotti italiani colpisce, seppur in misura diversa, tutti i prodotti, a partire da quelli a denominazione di origine, e riguarda soprattutto i Paesi ricchi, con in testa gli Usa, dove la produzione di "tarocchi" ha superato i 40 miliardi in valore. Un business che potrebbe trovare una ulteriore spinta proprio dall'eventuale imposizione di dazi. «Il futuro non si costruisce vivendo di nostalgie», ha proseguito il capo dello Stato elogiando il dinamismo delle imprese italiane nel mercato globale.

A questo proposito la Cgia di Mestre ha specificato che se gli Usa, dopo acciaio e alluminio, dovessero alzare barriere commerciali su altri beni, le regioni meridionali sarebbero le più colpite, data la bassa diversificazione del loro export, in particolare Sardegna, Molise e Sicilia.

Plauso di Coldiretti al capo dello Stato: «I prodotti italiani "taroccati" valgono 120 miliardi». Allarme della Cgia: «Sarà il Sud a pagare di più per Trump»




6 IL FATTO
SCENARI INTERNAZIONALI IL NODO COMMERCIO
«Dazi, un attacco al Made in Italy»

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

La Discussione

FINI: IL 23% DEI FINANZIAMENTI UE E ANDATO AL 2% DELLE IMPRESE AGRICOLE



CHIARA CATONE a pagina 8

FINI: IL 23% DEI FINANZIAMENTI UE È ANDATO AL 2% DELLE IMPRESE AGRICOLE

CIA-Agricoltori: fondi Pac, basta squilibri, serve un tetto ai contributi per le grandi aziende

CHIARA CATONE

Una questione di giustizia e di equilibri finanziari. La Confederazione italiana agricoltori pone la questione della equità della riparazione dei fondi per le imprese agricole. La richiesta arriva per le troppe e pesanti diversità che colpiscono in modo sfavorevole le piccole imprese agricole. "Serve un tetto ai contributi Pac per le grandi aziende. Nel 2023, il 23% dei finanziamenti Ue è andato al 2% delle imprese agricole", sottolinea il presidente nazionale di Cia-Agricoltori Italiani, Cristiano Fini, "con più di 100 ettari, realtà perlopiù con capitale da investire, senza l'aiuto di nessuno. Ne paga le conseguenze l'agricoltura minore, chi fa reddito solo con il lavoro nei campi".

Le diversità tra aree geografiche

Il presidente Fini evidenzia la disparità tra imprese e imprese nel suo discorso in apertura della X Conferenza economica confederale tenuto a Roma, all'Auditorium della Tecnica. Dall'analisi di Cia, su dati Agea, emerge infatti che le aziende agricole situate in zone montane rappresentano il 40,39% del totale e ricevono il 39,61% dei premi Pac, con un contributo medio di 3.742,80 euro per impresa. Al contrario, le aziende non montane costituiscono il 59,61% e ricevono il 60,39% dei premi, con una media leggermente superiore, pari a 3.866,38 euro.

Distribuzione non equa

Senza un riordino per la Confederazione non ci sarà l'attesa svolta inoltre rimarranno delle diversità che non si riuscirà più a colmare. La CIA Agricoltori pone l'accento anche sulle norme.

"Una distribuzione che sembra equa, ma non lo è, perché", calcola la Cia, "non tiene conto, appunto, del fatto che un parte considerevole dei fondi, milioni di euro, va nelle mani di pochissimi con superfici molto estese e capitali già consolidati, lasciando alla maggior parte delle piccole e medie imprese contributi molto più bassi".

Soglia massima per i big

"Basta squilibri, la Pac deve essere equa, altrimenti non ha più senso", ha aggiunto Fini, "Una soglia massima ai fondi per i big del comparto sarebbe un inizio importante, così come l'introduzione di un secondo criterio di assegnazione, oltre la dimensione anche la collocazione geografica. L'Europa deve puntare sulle aree interne e fragili assicurandogli un pacchetto aggiuntivo, attingendo per esempio ai fondi di coesione. Pretendiamo", conclude Fini, "che torni al centro della Pac il valore delle zone rurali, delle aziende a conduzione familiare che, nonostante le difficoltà, tutelano il territorio e la biodiversità, le produzioni tipiche locali, fulcro del Made in Italy agroalimentare".



187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE

Coldiretti a Parma: alzare la guardia contro cibi sintetici e ultraprocessati

Agroalimentare

Gli agricoltori incontrano l'Efsa: maxi corteo per chiedere test clinici specifici

In piazza in 20mila: «Non contestiamo l'Europa ma la vogliamo diversa»

Micaela Cappellini
Dal nostro inviato
PARMA

Al parco della Musica di Parma, alle prime luci dell'alba erano già arrivati 500 pullman. Partiti da ogni angolo d'Italia, hanno riversato per le strade della capitale della Food valley italiana più di 20mila agricoltori, per quella che la Coldiretti ricorderà a lungo come una manifestazione storica. La più numerosa di sempre. Un fiume di tute gialle ieri mattina ha attraversato il centro della città per raggiungere la sede dell'Efsa, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e chiedere all'Europa di alzare la guardia contro i cibi sintetici e ultraprocessati.

Solo un anno è passato dai cortei di Bruxelles, che misero a ferro e fuoco la sede delle istituzioni Ue per protesta contro il Green deal voluto dalla precedente Commissione europea. Eppure, da quegli scontri siamo lontani anni luce. A Parma non si sono visti trattori, e al mare giallo delle bandiere Coldiretti questa volta si è aggiunto quello blu delle bandiere della Ue. Più che un corteo di protesta, una festa al ritmo di "Bandiera gialla" e "Power to the people", un po' Gianni Pettenati e un po' John Lennon. «Noi non contestiamo l'Europa perché nell'Europa crediamo, ma vogliamo un'Europa diversa», è andato ripetendo ieri il presidente della Coldiretti, Ettore Prandini, ogni qual volta ha preso la parola. All'Europa gli agricoltori chiedono di garantire un futuro ai giovani, di difendere la salute nel piatto dei cittadini e di stare dalla parte della pace. «Stop alle guerre, militari e commerciali» è stato tra gli striscioni più gettonati.

Se i temi portati in piazza sono stati molti - da una Pac più snella alle etichette d'origine obbligatorie sugli alimenti - la motivazione ufficiale della manifestazione resta l'apertura di un dialogo con l'Efsa sui cibi sintetici e quelli ultraprocessati. Coldiretti si è sempre detta contraria alla carne coltivata in laboratorio, ma la delegazione che ieri mattina ha incontrato il direttore dell'Efsa, Bernhard Url, ha preferito concentrarsi sulla richiesta l'approvazione di nuovi cibi segua lo stesso iter previsto per i farmaci. «Diciamo no ai cibi sintetici se prima non vengono testati con studi medici, clinici e preclinici», ha spiegato alla piazza il segretario generale della Coldiretti, Vincenzo Gesmundo, prima di entrare al palazzo dell'Efsa.

All'uscita, il presidente Prandini si è detto soddisfatto: «L'incontro è andato particolarmente bene, abbiamo avuto un confronto costruttivo e abbiamo apprezzato la grande disponibilità ad ascoltare le nostre istanze e a chiarire le procedure di valutazione che l'Autorità applica per garantire la sicurezza alimentare dei cittadini europei». L'Efsa conferma: «La richiesta di "fare luce" avanzata da Coldiretti è in linea con i nostri obiettivi - si legge in una dichiarazione scritta pubblicata dopo l'incontro - i panel effettueranno analisi approfondite e utilizzeranno ogni livello di studio reso necessario, compresi test pre-clinici e clinici, per ciascun prodotto notificato». Sempre sul tema del cibo sintetico la Coldiretti ieri è stata invece attaccata da una lettera firmata da 16 ricercatori italiani, secondo i quali paragonare la carne di laboratorio ai farmaci sarebbe un errore perché non esistono criticità: «La richiesta di studi clinici e preclinici non ha alcuna base scientifica», si legge nell'appello.

In piazza, al fianco delle tute gialle, sono scesi anche i rappresentanti di mille Comuni, il Codacons, l'Adusbef, Federbio e la Fipe. C'erano anche i vertici di due organizzazioni agricole europee, la spagnola Asaja e la francese Fnb: alla Coldiretti le unisce la comune battaglia contro il cibo sintetico e l'accordo di libero scambio Ue-Mercosur.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ETTORE PRANDINI
Presidente della Coldiretti

Prandini: soddisfatti dell'incontro coi vertici dell'Autorità Ue per la sicurezza alimentare



Per le vie di Parma. Il fiume giallo degli agricoltori della Coldiretti con gli slogan contro il cibo il provetta

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Avvenire

I pastai temono i dazi americani E negli Usa fanno scorta di fusilli

PAOLO **VIANA**
Inviato a Molina di Fiemme (Trento)

Spaghetti alla carbonara, fusilli al Gorgonzola, trofie al pesto, lasagne alla bolognese, orecchiette alle cime di rapa... Si fa presto a dire pasta: la diffusione di questo primo piatto è tutt'uno con la storia delle sue ricette regionali, che hanno portato gli italiani a consumare 23 chili all'anno di prodotto ma anche ad esportare il 61% di quel che esce dalle trafile in bronzo e teflon disseminate ovunque vi sia acqua di sorgente.

I pastai di Unione Italiana Food hanno realizzato il primo censimento di ricette della tradizione, individuandone duecento. Tra qualche giorno si vedrà se questo legame tra gusto e territorio – nella classifica di Taste Atlas, la Top 20 dei migliori piatti a base di pasta al mondo è occupata da quelli delle regioni italiane con al primo posto la Pasta 'ncasciata, seguita dai Bigoli all'anatra, e dalla Carbonara – sia anche un vantaggio competitivo in una guerra sui prezzi. La nuova politica dei dazi di Trump dovrebbe dispiegare i propri effetti dal 2 aprile, quando saranno resi noti i "dazi personalizzati" che la Casa Bianca intende imporre ad alcuni partner commerciali, e particolarmente a quelli, come Ue e Cina, che detengono quote importanti del debito americano e vorrebbero svincolarsene. Solo allora si capirà il destino del Made in Italy alimentare. Imprenditori come Riccardo Felicetti, amministratore delegato dell'omonimo gruppo pastaio trentino, che esporta solo negli Stati Uniti il 15%, ci dice di essere «seriamente preoccupato». Il nostro governo riunirà gli industriali solo all'inizio di aprile per fare il punto: non si sa nulla anche se nel settore del vino è già scattato l'allarme rosso. Non si tornerà agli anni Novanta, quando un pacchetto Barilla o De Cecco negli Usa veniva gravato di un dazio del 100%. Ma non è un buon segno che gli americani in queste ore facciano incetta di fusilli. «In questi mesi abbiamo venduto tutto il possibile su quel mercato» ammette Felicetti. Nei porti americani si sta scaricando pasta come se non ci fosse un domani, allo scopo di anticipare la serrata. Da tempo questo settore cresce sull'export: oggi vale il 61% della produzione e gli Usa sono il principale sbocco, soprattutto per i marchi di qualità – Felicetti propone formati introvabili altrove e pasta monograno, che contiene cioè una sola varietà di frumento coltivato in Italia – che faticano a posizionarsi nella grande distribuzione europea. «La manovra è politicamente incomprensibile - commenta l'imprenditore trentino - perché colpisce il ceto medio americano, visto che la pasta non è certamente un bene di lusso e i dazi sul grano canadese potrebbero squilibrare il mercato delle commodities».

In questo momento l'alea riguarda la tariffa daziaria e l'amore per la pasta. Cioè la propensione del consumatore americano, su cui ricadrà il maggior costo, a pagare di più i rigatoni. Imprese come Felicetti non cambiano i loro programmi: si continua a innovare e ad ampliare gli stabilimenti di Molina di Fiemme e Predazzo, per salire da 67 a 100 milioni di fatturato entro il 2030. Tra i pastai italiani non si respira aria di ritirata, ma si cerca di fare fronte comune con il sistema Paese. Margherita Mastromauro, presidente dei pastai di Unione Italiana Food, presentando la ricerca sulle ricette regionali, ha ricordato che «la pasta si è arricchita, diventando espressione di geografie, territori, latitudini, culture a cui le aziende che producono pasta hanno gradualmente aggiunto valore grazie al loro saper fare e all'avanzamento tecnologico nella produzione». L'innovazione assorbe ogni anno il 10% del fatturato dei pastai.

Oggi la produzione mondiale di pasta sfiora i 17 milioni di tonnellate e l'Italia è prima con 4 milioni di tonnellate e un fatturato di 8 miliardi di euro. Brilliamo anche nell'export, ma nulla è più scontato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ALIMENTARE

L'export vale il 61% delle vendite della produzione italiana, con gli Stati Uniti che sono il primo mercato di sbocco Felicetti: «Sarebbe una manovra incomprensibile, perché colpisce il ceto medio e non su un bene di lusso»



Riccardo Felicetti all'interno dello stabilimento dell'azienda, a Trento



187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

ItaliaOggi

L'aliquota del 200% colpirebbe l'export di Francia e Italia ma risparmierebbe la Germania

Dazi sul vino: Trump divide l'Ue

Washington non avanza a casaccio le sue ritorsioni

DI PAOLO ANNONI

L'ultima puntata della guerra dei dazi è la minaccia del presidente **Donald Trump** di introdurre un dazio del 200% su tutte le importazioni di vino, champagne e alcolici che arrivano dalla Francia e da altri Paesi dell'Unione europea. Questa misura, ha aggiunto Trump, sarà molto positiva per l'industria vinicola americana. Tutto si può dire tranne che questa Amministrazione non sappia come e dove colpire un partner commerciale che aveva appena annunciato la sua reazione. **Ursula von der Leyen** ha poi voluto sottolineare di essere aperta ai negoziati e che ci sarà una telefonata tra il commissario del Commercio europeo e la sua controparte americana..

Certamente si può premettere, come ha fatto la Presidente della Commissione europea, che i dazi sono negativi per le imprese e i consumatori e che non ci guadagna nessuno. In questa guerra di logoramento, però, la «profondità strategica» americana è molto più ampia di quella europea. Colpire con dazi del 200% il settore vinicolo francese ed europeo significa fare male davvero; il settore del cognac francese, tra l'altro, è già vittima dei dazi cinesi introdotti dopo la decisione dell'Europa di ostacolare l'importazione di auto elettriche da Pechino. Anche in Italia l'economia di alcune regioni, *in primis* quelle di produzioni del prosecco, uscirebbe da dazi di queste dimensioni con profonde ristrutturazioni e perdita di posti di lavoro.

Trump, per essere esatti, non parla di «Francia e altri Paesi europei», ma di Francia e «altri Paesi rappresentati dall'Ue» («*other E.U. represented countries*»). All'Unione europea quasi non viene riconosciuto lo status di «Paese», ma quello di semplice organismo internazionale. Trump avrebbe potuto contro-reagire scegliendo tra un'ampia gamma di settori e industrie invece, tra tutte, ne ha scelta una che discrimina all'interno dei Paesi membri perché, per esempio, la Germania non esporta né champagne, né vino, né prosecco e lo stesso si può dire di altri Paesi.

Supponiamo per un attimo che dalle minacce si passi ai fatti, anche solo per qualche mese. In questo caso gli imprenditori dei settori colpiti aprirebbero immediatamente il confronto con il proprio Governo nazionale; a sua volta il Governo nazionale, per una mera questione di sopravvivenza, aprirebbe un confronto in sede europea con Bruxelles e poi con gli altri Paesi membri. Il fatto che l'Europa non sia uno Stato compiuto è una debolezza strutturale in questa fase di conflitti commerciali.

Il nemico esterno potrebbe compattare gli europei solo se ci fosse la determinazione e la disponibilità di tutti i Paesi membri ad attuare quel processo di unificazione che non si è fatto in tre decenni. Scommettere su questo esito è un azzardo perché è altrettanto possibile che il «nemico» esterno che scava fossati dentro l'Europa ottenga esattamente l'esito opposto. Forse è per questo che Ursula von der Leyen si è affrettata a sottolineare la disponibilità di un accordo.

Non è semplice per l'Europa fare al contempo una guerra commerciale con il principale cliente e una guerra vera con il principale fornitore. Sicuramente non è facile per le famiglie europee; non c'è alcuna quantità di debito «comunitario», in questo caso, che possa salvarle.

Il Sussidiario.net

© Riproduzione riservata



Ursula von der Leyen

In Italia l'economia di alcune regioni, in primis quelle di produzioni del prosecco, uscirebbe da dazi di queste dimensioni con profonde ristrutturazioni e perdita di posti di lavoro



187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

L'INFORMATORE AGRARIO

DOPO 8 ANNI I CUGINI D'OLTRALPE SI ALLINEANO ALL'ITALIA

Il Nutriscore vacilla: la Francia fa un passo indietro

Il sistema di classificazione della salubrità degli alimenti, nato nel Paese d'Oltralpe, è stato rivisto tramite un decreto: la ministra francese sposa l'opinione italiana additando i possibili effetti negativi che può avere su alimenti storicamente di qualità

di **Angelo Di Mambro**

«Troppo spesso i nostri prodotti locali, che si fregiano di un marchio di qualità, sono ingiustamente penalizzati» dal Nutriscore.

Chi l'ha detto? Un politico italiano? No, a parlare è stata la ministra dell'Agricoltura francese **Annie Genevard**, che si è spinta là dove nessuno dei suoi predecessori – neanche il ministro dell'era Macron più amato dagli agricoltori transalpini, Julien Denormandie (2019-2022) – aveva osato.

Cioè, a dire che l'idea nata e promossa della Francia di raccomandare a livello europeo un'etichettatura nutrizionale con scala di colori e indicatore graduato da A a E non è perfetta, è anzi da correggere, tenuto conto del potenziale impatto negativo sugli alimenti di qualità che la Francia esporta nel mondo.

Il decreto della settimana scorsa che ha aggiornato l'algoritmo del Nutriscore è stato accompagnato da un comunicato sottoscritto da cinque ministri, nel quale si definisce il **Nutriscore un «sistema da perfezionare», che rischia di danneggiare «i prodotti che derivano dalla ricchezza dei nostri territori e i simboli del nostro patrimonio culinario».**

Prodotti che «vengono infatti valutati negativamente dall'algoritmo Nutriscore calcolato a partire da una quantità di 100 g o 100 mL di prodotto, nonostante offrano riconosciuti benefici nutrizionali se consumati secondo le linee guida nutrizionali». Sembra la posizione da sempre difesa dall'Italia.

Una discussione che dura da 8 anni

Il Nutriscore è stato lanciato per la prima volta in Francia nel 2017.

Nel 2020, dopo l'*endorsement* al sistema da parte di Belgio, Germania, Lussemburgo, Spagna e Svizzera, di multinazionali dell'agroalimentare come Danone e Nestlè e di giganti della rivendita al dettaglio come la belga Delhaize, il Nutriscore, era da tutti – studi della Commissione inclusi – indicato come il candidato principale a ispirare un modello a livello europeo.

Il sistema è volontario ma solo in alcuni Stati, come Francia e Belgio, esiste una legislazione in merito, per altri si tratta di una raccomandazione.

Una proposta per un sistema di etichettatura obbligatorio europeo era inizialmente prevista per la fine del 2022, ma la Commissione europea l'ha sospesa a causa di uno scontro durissimo.

L'Italia ha guidato un gruppo di Stati (Cechia, Lituania, Ungheria, Grecia, Romania) che si sono opposti.

Svezia e Danimarca volevano tenere il loro sistema volontario *Keyhole*.

In Portogallo il Governo ha proposto di adottare il Nutriscore lo scorso aprile, per poi fare marcia indietro due mesi dopo, esprimendo «riserve» su un sistema che non tiene conto del modello alimentare portoghese.

Nel frattempo, i Paesi pro Nutriscore avevano assunto un comitato scientifico internazionale per adattare l'etichetta alle diverse culture alimentari europee.

Il nuovo Nutriscore è più indulgente con alcuni tipi di grassi, soprattutto gli Omega 3 e l'olio d'oliva, e più rigoroso con alcuni alimenti trasformati, soprattutto quelli zuccherati.

A quel punto, però, Danone ha cancellato l'etichetta a colori da cinque prodotti, «penalizzati dal nuovo sistema», su altri l'ha mantenuta.

Mentre il sistema che doveva diventare lo standard UE diventa sempre più un approccio *à la carte*; per mesi in Francia i suoi sostenitori, principalmente associazioni di consumatori e catene di supermercati, hanno fatto pressione sul Governo. Possibile, dicevano, che la patria nativa del Nutriscore non avesse ancora adottato le nuove linee guida? Dalla stampa transalpina emergeva quindi una lotta intestina al Governo francese, mai stato così debole nella storia della V Repubblica, un tiro alla fune tra ministri e opinioni differenti.

Il decreto firmato la settimana scorsa è il risultato: **la Francia non è più così sicura di avere inventato il sistema migliore per combattere l'obesità** e intende comunicare, informare ed educare di più sull'uso del sistema e delle virtù nutrizionali di alcuni alimenti tradizionali che col Nutriscore prenderanno sempre e comunque il cartellino rosso. ●

Solo in Francia e Belgio esiste una norma sul Nutriscore, il Portogallo dopo averla adottata in due mesi ha cambiato idea, Danone ha eliminato l'etichetta Nutriscore da alcuni prodotti



187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Messaggero

Ordini del made in Italy in frenata per le tariffe «C'è grande incertezza»

IL FOCUS

ROMA «Il 2 aprile sarà il giorno della liberazione dell'America». Dai prodotti made in Italy, tanto per cominciare. Se alle parole dovessero seguire i fatti, l'altisonante proclama lanciato da Donald Trump con toni insieme di promessa e di minaccia lascerebbe tavole e scaffali d'America ineluttabilmente prive del meglio dell'export tricolore.

GLI ANNUNCI

A dieci giorni dalla possibile entrata in vigore della tagliola trumpiana, il clima che si respira tra i produttori dello Stivale è principalmente attendista. Anche se c'è chi già registra nel sismografo degli ordini le prime scosse di assestamento: «Nelle ultime settimane - spiega al Messaggero Riccardo Rosa, presidente di Ucimu che rappresenta i costruttori italiani di macchine utensili, robot e automazione - abbiamo notato che alcuni clienti hanno messo in pausa le trattative sui nuovi ordini per vedere cosa accade». Capire se Trump darà o meno seguito ai suoi annunci è un dilemma amletico anche sull'altra sponda dell'Atlantico: «Parlando col presidente dei produttori americani - continua - ho capito che anche lì c'è grande incertezza».

Questione non proprio di lana caprina, per un comparto che ha negli Usa il primo mercato di sbocco (600 milioni di euro le vendite dello scorso anno). Al contempo, guardando al precedente del 2018, ci si può lasciare andare a un cauto ottimismo: «La scorsa volta Trump mise una tariffa dell'1,75% per i prodotti europei e una del 25% per quelli cinesi, favorendoci di fatto. Gli americani hanno estremo bisogno di macchinari performanti come i nostri: non è dunque così scontato che i dazi arrivino davvero». Impensabile, in questo settore, accelerare le spedizioni via cargo - come il Financial Times scrive in relazione ad alcuni produttori di auto - per far toccare alle merci il suolo americano prima che sull'orologio dell'Apocalisse commerciale scatti la fatidica ora X: «Per noi è impossibile - conclude Rosa - perché il lead time va dai 3 ai 9 mesi».

E se da un lato c'è chi, come Barilla, eviterà la tagliola perché produce in loco per il mercato interno (nel caso specifico, grazie ai due stabilimenti operativi nello Stato di New York e in Iowa), dall'altro c'è chi si interroga sul tema: «Alcuni prodotti come i Dop e i Docg non si può certo produrli in loco - sottolinea Giacomo Ponti, presidente del Consorzio Italia del Gusto e del Gruppo Aceti di Federvini, oltre che dell'omonimo gruppo - al massimo imbottigliarli, ma presumibilmente i dazi verranno applicati anche allo sfuso».

A differenza dei vini, minacciati con una super-tariffa del 200%, l'aceto (soprattutto quello balsamico di Modena Igp, per il quale gli Usa valgono il 33% dell'export) non è stato finora menzionato dall'inquilino della Casa Bianca risparmiando il comparto da fibrillazioni preventive sui prezzi. Resta il fatto, prosegue Ponti, che i dazi sono un «sistema antistorico che non porta beneficio né a chi li mette né a chi li riceve. A pagare, peraltro, sono i consumatori finali, quelli che in un mercato globalizzato come il nostro definiscono il successo o l'insuccesso di un prodotto. L'esperienza ci dice che per un dazio del 25% le vendite si riducono del 50%: è quella che potremmo chiamare la regola del due». Una volta perso un mercato, ammonisce Ponti, «ci vuole tempo per riconquistarlo: speriamo che ciò non avvenga perché si è fatto un gran lavoro di promozione del nostro export, e sarebbe davvero un grosso guaio se i dazi venissero applicati».

Controindicazioni potrebbero peraltro registrarsi anche entro i confini domestici, come evidenzia Raffaele Drei, presidente di Federgripesca-Confcooperative: «Se si fermano le esportazioni, servirà maggior aggressività nel mercato interno per evitare che i prodotti restino in magazzino. L'alternativa è cercare nuovi mercati esteri, ma ci vorrà del tempo».

«Una bottiglia di bianco, una bottiglia di rosso, o forse invece una di rosé», cantava Billy Joel nel '77 nella sua Scenes from an italian restaurant: con i dazi di Donald Trump, niente più bottiglie. E, forse, niente più belle canzoni.

Angelo Ciardullo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN ATTESA DELL'ENTRATA IN VIGORE DELLE MISURE IL 2 APRILE SI ATTENDONO LE PROSSIME MOSSE DELLA CASA BIANCA

«QUESTI BALZELLI SONO UN SISTEMA ANTISTORICO CHE NON PORTA BENEFICI: A PAGARE SARANNO I CONSUMATORI»

187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

ItaliaOggi

Il consiglio Ue Agrifish detta la linea. Ecco le parole d'ordine della politica agricola che verrà

Una Pac semplice e per i giovani

Entro maggio la bozza di riforma. Poi, il telaio per il 2028

da Bruxelles
Ermanno Comegna

Accordo all'Agrifish sulla futura Politica agricola comune (PAC). I ministri agricoli dei 27 stati membri dell'Unione europea hanno condiviso il contenuto del documento sul futuro del settore, presentato dal commissario Ue all'agricoltura, **Christophe Hansen**, lo scorso 19 febbraio, appoggiando le linee di azione su semplificazione, ricambio generazionale, rafforzamento della competitività, lotta alle pratiche sleali e introduzione del principio di reciprocità negli scambi commerciali con i paesi terzi.

I ministri agricoli hanno anche evidenziato la necessità di finanziare la PAC con una dotazione di risorse adeguata, mantenendo la distinzione tra i due pilastri (tutela del reddito e dei mercati da una parte e supporto allo sviluppo rurale dall'altra). Soprattutto, i ministri agricoli chiedono una linea di bilancio distinta, evitando così la paventata fusione con il fondo della coesione.

La notizia fondamentale, di buon auspicio in vista delle imminenti scelte politiche di lungo periodo sulla riforma PAC post 2027 e sugli altri dossier che arriveranno presto sul tavolo dei lavori, è l'evidente convergenza di vedute tra la commissione Ue e il consiglio dei ministri agricoli. Con l'agricoltura che viene considerata settore strategico, da sostenere con politiche per la competitività e per garantire redditi dignitosi ed equi.

Non sarà abbandonato l'obiettivo di migliorare le prestazioni **ambientali** e perseguire la resilienza rispetto ai cambiamenti climatici ma, come è stato evidenziato dai ministri agricoli europei, ci deve essere "pure equilibrio tra sostenibilità ambientale, sociale ed economica". Sono molti i ministri che hanno accolto con favore la linea politica caldeggiata dal commissario Hansen di passare attraverso condizioni e più incentivi, per promuovere la transizione verso l'agricoltura sostenibile.

Intanto i servizi comunitari della Commissione agricoltura stanno lavorando speditamente su due dossier che saranno presentati ufficialmente nei prossimi 60 giorni e riguardano la semplificazione della PAC e la strategia per i giovani.

I tecnici di Bruxelles sono impegnati a preparare un pacchetto di **snellimento** e di ottimizzazione delle regole di politica agraria. La proposta legislativa sarà presentata entro l'inizio del prossimo mese di maggio. Seguirà un iter rapido di approvazione, in maniera tale da rendere operative le nuove disposizioni a partire da gennaio 2026.

Numerosi i temi sui quali si sta lavorando, come le regole sulla **condizionalità** rafforzata, con particolare riferimento agli obblighi in materia di buone condizioni agronomiche ed ambientali (**BCAA**). Non ci sarà lo smantellamento della condizionalità, ma si andrà verso una più accentuata flessibilità, tale da consentire agli Stati membri di avere maggiori margini di libertà nella fase applicativa.

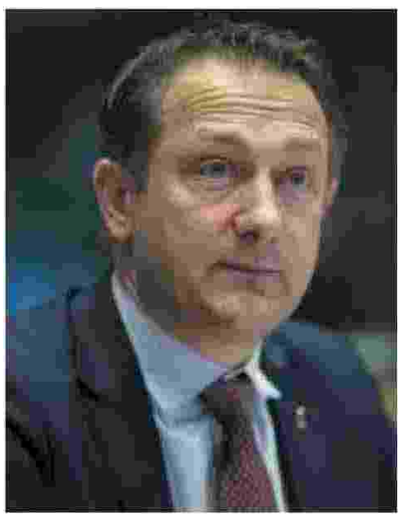
Un analogo approccio sarà seguito per il sistema della **gestione del rischio** e nello specifico nella fase di determinazione del danno e dei relativi indennizzi. Anche il meccanismo per affrontare le **crisi**, le perturbazioni di mercato e i fenomeni di disequilibrio e di instabilità sarà rivisto, in modo da consentire di intervenire in maniera più rapida ed efficace.

Un'altra leva al centro dell'attenzione riguarda l'utilizzo di approcci semplificati per l'**erogazione** del sostegno pubblico a favore delle piccole e medie imprese agricole. In pratica si va verso un doppio regime, con una corsia preferenziale a favore delle piccole aziende, in termini di documenti e rendiconti da presentare e requisiti da rispettare.

Non mancano gli interventi di semplificazione per le autorità nazionali che programmano, gestiscono e controllano il Piano strategico pluriennale della PAC. La Commissione europea si è resa conto che le attuali disposizioni generano complessità, sia per effetto degli obblighi di rendicontazione e di verifica dei risultati che gravano sugli Stati membri che per le difficoltà a modificare i Piani strategici ed adattare così gli interventi programmati alle mutevoli esigenze del sistema produttivo agricolo.

La Commissione europea parla di semplificazione e non di deregolamentazione e procederà con questo approccio anche quando metterà nero su bianco le proposte legislative di riforma della PAC per il periodo 2028-2034, attese entro la fine del corrente anno.

© Riproduzione riservata


Christophe Hansen

Supplemento a cura
di Luigi Chiarello
lchiarello@italiaoggi.it



187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

MF

IL MINISTRO DEGLI ESTERI STILA UN PROGRAMMA PER FARLO CRESCERE VERSO I PAESI EXTRA-UE

Il piano di Tajani per l'export

Particolare attenzione va a Turchia, Brasile e Arabia Saudita. Macchinari e agroalimentare tra i settori di punta

DI SILVIA VALENTE

L'Italia è il Paese del sole, del mare e dell'export. Una leva strategica che nel 2024 ha fatto guadagnare al Paese il quarto posto al mondo (pur non essendo la quarta economia del mondo, anzi avendo il terzo debito pubblico del pianeta) e 650 miliardi di euro di surplus commerciale. Ma i margini di crescita sono ampi: l'obiettivo del ministero degli Esteri è toccare quota 700 miliardi di euro entro il 2027.

Come fare? Bisogna sfruttare le eccellenze del Made in Italy, assecondando le specificità dei mercati di approdo in particolare delle economie caratterizzate da alti tassi di crescita e un forte potenziale di sviluppo per le esportazioni tricolore. Fra le priorità i Paesi dell'Africa, che hanno totalizzato oltre 20 miliardi di export nel 2024, nonché i Balcani occidentali e il Sud Est asiatico con esportazioni in crescita del 13,4% e del 10,3% rispetto al 2023. A metterlo nero su bianco è il «Piano d'azione per l'export italiano nei mercati extra-Ue ad alto potenziale» stilato dal ministero degli affari Esteri, in collaborazione con Ice, Cdp, Sace e Simest, che *MF-Milano Finanza* ha potuto visionare in anteprima e che il ministro Antonio Tajani presenterà alle associazioni del mondo produttivo italiano domani a Villa Madama.

Sulla contrazione del 3,6% delle importazioni italiane negli Usa nel corso del 2024 (64,7 miliardi) pesano le complessità geopolitiche e le incognite legate all'accesso al mercato statunitense legate al tema dazi. Serve «un'azione di promozione trasversale in tutti i settori prioritari dell'export». D'altro canto, nel corso del 2024 l'export italiano ha registrato risultati rilevanti nei mercati emergenti extra-Ue: le vendite in Turchia sono cresciute del 23,9% toccando quota 17,6 miliardi, e in Arabia Saudita del 27,9% arrivando a 6,2 miliardi. Spiccano poi nelle rispettive aree gli Emirati Arabi Uniti con 7,9 miliardi (+19,4%), e il Messico con i suoi 6,6 miliardi raggiunti nel 2024 (+7,4%). Il Maeci individua potenzialità in Brasile (5,8 miliardi +8,18% sul 2023) e in India (5,2 miliardi, +1%) dove sono in corso negoziati, da un lato, per la revisione dell'accordo Ue-Mercosur e, dall'altro lato, per un accordo di libero scambio Ue-India. Controcorrente solo la Cina con un crollo delle esportazioni del 20% sul 2023, ma con un export che comunque vale 15,3 miliardi pari al 2,5% del totale tricolore.

I settori su cui le imprese italiane dovranno puntare, indica il piano di Maeci, sono i macchinari e la meccanica avanzata, agroalimentare, mezzi di trasporto e mobilità sostenibile, prodotti chimici. Per concretizzare il Piano d'Azione servirà un lavoro di squadra della Farnesina con le agenzie del «Sistema Italia» per favorire il dialogo tra aziende italiane, operatori locali e controparti estere. Da rafforzare le attività fieristiche e accordi con la gdo e l'e-commerce per facilitare l'ingresso delle aziende italiane nei mercati esteri. Da non dimenticare l'asse del supporto finanziario all'export: con strumenti di finanza agevolata, garanzie pubbliche e plafond dedicati per incentivare gli investimenti e sostenere l'espansione delle imprese italiane nei mercati emergenti. (riproduzione riservata)



Antonio Tajani



187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

CORRIERE DELLA SERA

L'intervista

di **Andrea Ducci**

«Dall'Europa più coraggio per tutelare l'agricoltura»

Prandini (Coldiretti): oggi manifestazione a difesa del made in Italy

ROMA «Partiamo da Parma, la città simbolo dell'eccellenza agroalimentare italiana e capitale della Food Valley, con una forma di mobilitazione continua e senza escludere la possibilità di portare le nostre istanze di fronte alle sedi delle istituzioni europee». A dirlo è il presidente di Coldiretti, Ettore Prandini, alla vigilia della manifestazione indetta per oggi nella città emiliana, dove ha sede l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (Efsa).

Cosa chiedete all'Europa?

«Siamo in un momento di grande incertezza e questo colpisce anche le istituzioni europee. Non a caso, la nostra mobilitazione intende riflettere la cultura politica di Coldiretti, con un richiamo alle sue radici che sono riconducili sia alla figura del fondatore Paolo Bonomi, sia di papa Paolo VI. Per questo chiediamo all'Europa di tornare a farsi carico delle istanze dei suoi cittadini, difendendo la salute delle persone e i settori produttivi come l'agricoltura e l'agroalimentare, senza creare eccessi di burocrazia e riducendo gli adempimenti imposti alle nostre imprese».

Nello specifico a cosa si riferisce?

«All'obbligo, per esempio, di introdurre in Europa un'etichettatura di origine su tutti i prodotti agroalimentari, sarebbe un elemento di trasparenza che fa vincere chi si distingue in termini qualitativi. E ancora l'eliminazione del codice doganale che ha senso in comparti come moda e artigianato, ma nel caso dell'agricoltura permette a un triplo concentrato di pomodoro, proveniente dalla Cina, di essere trasformato con l'aggiunta di un po' di acqua e di essere etichettato come italiano. Lo stesso ragionamento vale sul nutri-score: finalmente pare esserci la volontà di cassarlo e ci piacerebbe che questa forma di etichettatura sui prodotti alimentari venisse cancellata per sempre».

Siete però contro l'etichettatura del vino con avvertenze sanitarie.

«Ci preoccupa l'intenzione di introdurre nel settore vitivinicolo etichette con modalità e caratteristiche analoghe a quelle adottate per il tabacco, una scelta insensata. La sfida, che siamo pronti a raccogliere, è segnalare quali sono le corrette quantità di consumo».

Vi contestano di avere toni allarmistici sui cibi cellulari ottenuti con la biologia di sintesi e le nuove tecniche di ingegnerizzazione delle proteine.

«Ripeto, non siamo contro la scienza e la ricerca, ma visto come è formulato e prodotto questo tipo di cibo dovrebbe essere equiparato ai farmaceutici. Servono studi clinici e preclinici per valutare cosa può comportare l'uso di cibo cellulare per i consumatori. Credo che l'Efsa dovrebbe imporne lo studio per stabilire gli eventuali effetti sulla salute umana. Basta continuare ad attenersi al principio di precauzione».

Il presidente Trump ha evocato più volte l'introduzione dei dazi. Sono soltanto minacce?

«Lo sforzo che tutti gli Stati membri della Ue dovrebbe fare è di delegare totalmente alle istituzioni europee una trattativa di carattere economico commerciale con Washington. Lo dico partendo dal presupposto che Europa e Stati Uniti hanno tutto l'interesse a individuare un percorso condiviso. Si aggiunga il danno ai consumatori europei e statunitensi, che vedrebbero ridotta la loro capacità di acquisto a causa dell'inflazione. Serve un grande sforzo di carattere diplomatico nel non cadere nelle ritorsioni, con l'introduzione di tasse più alte su alcuni prodotti americani».

Che veste è destinata ad assumere la vostra forma di mobilitazione continua?

«Avrà sempre un carattere costruttivo. In questa fase di incertezza dobbiamo mettere in campo la nostra capacità di confronto e di dialogo con le istituzioni e scommettere anche su enti come l'Efsa, che può avere un ruolo centrale per quanto riguarda le nuove sfide della produzione e della qualità nell'agroalimentare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La burocrazia
Chiediamo alla Ue di non creare eccessi di burocrazia e semplificare i tanti adempimenti imposti alle nostre imprese

Il nutri-score
Sul nutri-score finalmente pare esserci la volontà di abolirlo: questa etichettatura dovrebbe essere cancellata per sempre

I dazi
Bisogna delegare totalmente alle istituzioni europee una trattativa di carattere economico commerciale con Washington



Ettore Prandini, bresciano, è presidente di Coldiretti dal novembre 2018

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

LA STAMPA

L'INTERVISTA

Ettore Prandini

"No agli accordi bilaterali con gli Usa Tassiamo Amazon, non le Harley-Davidson"

Il presidente della Coldiretti: "A trattare meglio che sia l'Europa o faremo il gioco di chi vuole dividerci Bene il governo sullo stop delle carni sintetiche, se ne riparla solo se l'Ue dimostra che non ci sono rischi"

ALESSANDRO BARBERA
ROMA

Ettore Prandini, classe 1972, di Leno, Brescia, mastica la politica da quando era bambino: suo padre Giovanni fu ministro democristiano dei lavori pubblici. Ha scalato Coldiretti fino a diventarne presidente, con 1,6 milioni di associati, oggi conta quanto un ministro. Produce vino e alleva bovini da latte.

Prandini, Trump promette dazi stellari sul made in Italy. È preoccupato?

«Beh, un po' preoccupato lo sono. Gli Stati Uniti sono il nostro secondo mercato dell'export che vale oltre otto miliardi di euro, due solo dal vino. Senza i dazi diventerebbe il primo davanti alla Germania».

Quando Giorgia Meloni ha detto di "evitare ritorsioni" verso Trump non è stata troppo morbida?

«In questo momento il suo è l'approccio giusto e moderato. Occorre diplomazia, evitare di cadere nelle provocazioni».

Che intende per provocazioni?

«Ipotizzare dazi su jeans, whiskey e Harley Davidson lo è. Meglio ragionare in modo più largo, non lasciare spazio alle imitazioni, come ribadito dal presidente Mattarella».

Largo? Ovvero?

«La qualità dei prodotti del nostro agroalimentare è superiore: io non ho timore di fare i conti con il vino californiano. Basta guardare l'allarme dei ristoratori americani secondo i quali i dazi rischiano di farli chiudere. Altra cosa è se parliamo di Amazon, e dell'enorme surplus commerciale che gli americani hanno nel settore dei servizi».

Matteo Salvini dice che i dazi possono essere "un'opportunità", che occorrono trattative bilaterali. Che ne pensa?

«Ipotizzare trattative bilaterali è un grave errore, faremmo il gioco di chi vuole dividerci. La palla è in mano al commissario Sefcovic, mi pare stia dialogando bene con il segretario al commercio americano: il fatto che le parti si siano prese altre due settimane è una buona notizia. Nel frattempo abbiamo scritto una lettera insieme all'associazione degli agricoltori americani per chiedere a von der Leyen e Trump di fermare l'escalation».

Negli Stati Uniti c'è una carenza di uova per via della influenza aviaria. Li aiuterete?

«Mi spiace per i colleghi statunitensi, hanno perso capacità produttiva per uno dei beni più consumati. Per fortuna l'Italia è autosufficiente, loro dovranno rivolgersi a più Paesi per sopperire a quella carenza. Questa è una delle tante dimostrazioni del fatto che i dazi non servono e penalizzano i cittadini americani».

Secondo alcuni Trump non è interessato all'escalation sui vini. Il suo obiettivo sono i settori nei quali deve recuperare capacità produttiva come l'acciaio. E' d'accordo?

«Trump vuole aumentare anzitutto l'export di gas e petrolio, tenere alto quello del settore della difesa, non credo abbia grandi margini per recuperare in settori come l'acciaio, dove ormai vince la Cina».

Lei è contro i dazi ma avversa accordi di libero scambio come quello con l'America Latina, su cui c'è stata anche un'apertura della premier. Non è in contraddizione?

«Io non sono contrario agli accordi di libero scambio, semmai c'è un problema sui temi ambientali, che per alcuni scompaiono magicamente quando si discute di questo tipo di intese».

A quali Paesi pensa?

«Non possiamo favorire l'importazione di prodotti che vengono trattati con 250 principi attivi vietati in Europa. Cito il Brasile perché è il Paese più importante: fanno largo uso degli antibiotici per fare crescere gli animali più in fretta, laddove nei nostri allevamenti è vietato. E sorvolo sulla deforestazione selvaggia. Noi non chiediamo la chiusura dei mercati, solo il rispetto del principio di reciprocità».

La prospettiva per voi sono l'ingresso dell'Ucraina nell'Unione e il taglio dei fondi per la politica agricola. Che ne pensa?

«Metterei da parte la questione ucraina, da sola ha un quarto delle superfici agricole di tutta Europa. In quanto al taglio della Pac: so che è un rischio, ma vorrei sottolineare che l'ultimo Farm Bill americano investe quattro volte le cifre di noi europei. La Cina produce già il venti per cento del fabbisogno mondiale di cereali, ha il sessanta per cento degli stoccaggi. Dovremmo investire di più per aumentare la nostra capacità interna. Non è detto che in futuro gli altri Paesi saranno così disponibili a esportare».

A proposito di futuro: sullo stop alle carni sintetiche il governo non è stato ideologico?

«No, penso occorra attuare un principio di precauzione, previsto dalla nostra legge e sottoscritto da diciassette ministri europei, un principio condiviso anche con l'autorità per la sicurezza alimentare. Se persino Israele fa firmare una liberatoria sulle sperimentazioni qualche interrogativo ce lo possiamo porre. Se poi l'Europa riuscirà con studi alla mano di garantire che non ci sono rischi per la salute dei cittadini, allora se ne potrà riparlare». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

LA STAMPA



Il fatto che gli Usa chiedono aiuto all'Italia per le uova è la dimostrazione che i dazi non servono

Sono preoccupato Gli Usa sono il nostro secondo mercato dell'export che vale 8 miliardi

Abbiamo scritto una lettera con gli agricoltori Usa per chiedere ai governi lo stop all'escalation

30%
La percentuale di vino che i produttori italiani vendono negli Stati Uniti

23.000
Le imprese italiane vulnerabili, messe a rischio dalla svolta protezionistica Usa



La protesta
Una manifestazione dell'associazione Coldiretti a difesa dell'agricoltura e del lavoro dei coltivatori in Italia

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

LaVerità

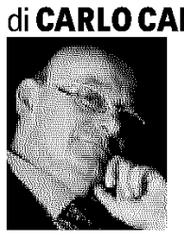
▶ AMBIENTE E POVERTÀ

Coldiretti: «Cautela su alimenti sintetici»

L'Europa dà ragione ai 20.000 agricoltori

Successo per l'iniziativa a Parma: l'Efsa ha promesso paletti e controlli. Prandini: «Niente armi, la Pac non va toccata»

di **CARLO CAMBI**



Un'altra Europa è possibile se ascolta il suo popolo: è quello che ieri ha sfilato a Parma colorandola come un immenso tralcio di mimosa - tante, tantissime, erano le donne del corteo - col giallo della Coldiretti.

Sono arrivati in 20.000 per chiedere all'Efsa - è l'ente che certifica i cibi in Europa - che ha sede a Parma di mettersi una mano sulla coscienza e sulla scienza e di non approvare i nutrimenti creati in laboratorio con una scorciatoia. Hanno chiesto all'Europa il massimo scrupolo, ma anche il massimo ascolto delle istanze di chi suda la campagna e dice: non c'è cibo senza terra.

Stavolta l'Europa dei burocrati, colta di sorpresa, ha detto sì: avete ragione, «adotteremo nella valutazione dei rischi connessi ai prodotti da replicazione cellulare la massima cautela, faremo i testi pre-clinici e clinici e li faremo anche su chi ci ha chiesto l'autorizzazione prima che fosse varato il nuovo protocollo». Dunque la bistecca sintetica, il «latte» da fermentazione dei funghi, i pesci stampati in 3D e i cibi Frankenstein che stanno ingrassando i profitti delle multinazionali e condannando gli adolescenti a una obesità precoce quanto devastante, non avranno disco verde a prescindere. È la vittoria di quel popolo, è la vittoria di quest'altra Europa che non va in piazza con gli intellò in cachemire che invitano qualche operaio per fare numero e confermarsi nella loro magnanimità.

È l'Europa dei campi: una bimbetta di 8 anni che rivendica «stop a cibi insicuri», un nonno dietro alla sua anziana bandiera «Coldiretti Nuoro». Ha cent'anni precisi: «Ci sono arrivato mangiando pecorino e bevendo vino, come tanti in Sardegna». È «figlio» della dieta mediterranea, quella che il sindaco di Pollica, dal palco, difende con voce rotta: «Ci salva, ma la vogliono distruggere». Paiono i versi di **Giovanni Berchet**: «L'han giurato, l'ho visti a Parma primi cittadini di mille città». Ci sono davvero mille sindaci a difendere l'identità dei territori con la qualità dei prodotti. È l'altra Europa che sta sotto il cartello «Coltiviamo la pace».

Vincenzo Gesmundo, segretario generale della Coldiretti e uomo dai modi severi, cita papa **Francesco**: «Disarmiamo le parole, quest'Europa roboante che parla di guerra non ci piace». Gli sgorga una goccia dagli occhi: «Sì, sono commosso, sono orgoglioso della mia gente, di questa immensa gente». Spingono quasi **Ettore Prandini**, il presidente, **Gesmundo** e **Luigi Scordamaglia** (Filieraitalia) verso il palazzo dell'Efsa: c'è il vertice sui cibi sintetici. Sul palco vanno i segretari regionali. **Cristina Brizzolari** - fa il riso più buono del mondo - dal Piemonte dice: «Non c'è cibo senza campi». **Nicola Bertinelli** che «comanda» il Parmigiano reggiano e la Coldiretti dell'Emilia-Romagna ,è chiarissimo: «Tra noi e il Grana consumiamo metà del latte italiano, non potranno mai toglierci di mezzo con un liquido bianco fatto coi funghi». **Letizia Cesani** dalla Toscana ha smesso ieri sera di spalare fango: «Senza di noi, la terra muore». **Mariafrancesca Serra** l'ingegnera pastora presidente delle donne di Coldiretti, è scesa dalla Marmilla. Le abbraccia tutte: è la solidarietà di chi difende terra, tradizioni e (poco) reddito.

I padri, nel giorno di **San Giuseppe**, tengono accanto i figli: sono il futuro di 20.000 aziende, tasselli della qualità del made in Italy. I ragazzi calabresi hanno viaggiato tutta la notte; sono qui anche per dire: «Il falso green ci sta portando via l'acqua della Sila, vogliono fare le centrali idroelettriche: agli animali cosa daremo da bere?». I giovani della Valtellina hanno la laurea, ma «preferiamo badare le nostre vacche, le amiamo; ci danno la Casera, il Bitto, ci danno la vita». **Fabio Bescacin** - Naturasì- rilancia: «Va garantito il giusto reddito agli agricoltori, i consumatori l' hanno capito».

C'è il rappresentante degli allevatori francesi, **Patrick Benezit**, e degli agricoltori spagnoli, **Juan Luis Delgado**. Aspettano il «verdetto» dell'Efsa. **Benzit** elogia: «Siete tanti, come noi francesi, a protestare». Il colore è giallo, ma il gilet è differente. Qui non si è contro l'Europa, qui si vuole un'Europa diversa. Non quella della **Von der Leyen** che prende i soldi dalla Pac per spostarli dai grappoli alle bombe a grappolo. Spunta **Luigi Scordamaglia** col comunicato, fatto insolito, dell'Efsa: «È andata come volevamo». Legge: «Abbiamo avuto una discussione costruttiva. La richiesta di "fare luce" avanzata da Coldiretti è in linea con l'obiettivo di Efsa.Nella valutazione di nuovi

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

LaVerità

alimenti, anche per le richieste presentate prima del primo febbraio '25, la normativa Ue impone a Efsa di applicare sempre i più alti standard di valutazione scientifica».

L'applauso è un boato. Tocca, poi, al presidente a **Ettore Prandini**: «Ci hanno dato degli oscurantisti. Ma noi siamo per la ricerca scientifica, noi siamo i primi alleati dell'Efsa perché opera per la salute e la sicurezza alimentare. Noi siamo i primi europeisti, ma siamo contro l'Europa dove le scelte dei burocrati contano più della politica. Noi vogliamo difendere il reddito delle nostre imprese, la Pac non si tocca». Poi esplode l'orgoglio, la forza di Coldiretti.

A sera **Prandini** e **Gismondo** dettano: «È fondamentale proseguire il dialogo con l'Efsa e le istituzioni europee per garantire che ogni innovazione alimentare venga valutata con il massimo rigore scientifico e nel rispetto del principio di precauzione. La salute dei cittadini e la tutela del nostro modello agroalimentare devono rimanere le priorità assolute». Lo hanno detto in 20.000.



SERPENTONE Gli agricoltori sfilano per le vie di Parma [Ansa]



AMBIENTE E POVERTÀ

Coldiretti: «Cautela su alimenti sintetici» L'Europa dà ragione ai 20.000 agricoltori

Sala salva il Leonka ma non la scuola

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

Trump: dazi al 200% sui vini Ue E Wall Street scivola ancora

Commerci globali

Il presidente attacca ancora: «Europa cattiva, non cambio idea su tariffe dal 2 aprile»

Borse internazionali in fibrillazione (ribassi soprattutto a Wall Street) ieri dopo le ultime dichiarazioni Donal Trump. Il presidente Usa minaccia dazi del 200% sull'import dall'Europa di vino e di tutti gli alcolici, in risposta all'«odiosa tariffa del 50% sul whisky decisa dalla Ue. «Il mondo intero ci sta derubando» ha tuonato Trump. Anche Bruxelles accusa Washington, ma apre al dialogo. E le imprese Usa chiedono di fermare lo scontro.

Cellino e **Veronese** —*alle pag. 8 e 9*

Bruxelles accusa Washington ma apre al dialogo. Anche le imprese Usa chiedono di fermare lo scontro

La minaccia di Trump: dazi del 200% contro vino e alcolici europei

Guerra commerciale. Il presidente americano risponde alle tariffe decise dalla Ue sul bourbon Usa : «Il mondo intero ci sta derubando!»

Luca Veronese

Donald Trump ha minacciato ieri di imporre dazi del 200% sulle importazioni americane dall'Europa del vino e di tutti gli alcolici. Il presidente statunitense ha aperto così un nuovo fronte nella guerra commerciale globale che ha già sconvolto i mercati finanziari e ha fatto aumentare i timori di recessione per l'economia globale.

In un post pubblicato sui social, Trump ha affermato che la mossa è una risposta alla decisione dell'Unione europea di imporre «una odiosa tariffa del 50% sul whiskey». «Se questa tariffa non verrà rimossa immediatamente, gli Stati Uniti - ha scritto - imporranno a breve una tariffa del 200% su tutti i vini, gli champagne e i prodotti alcolici che arrivano dalla Francia e dagli altri Paesi della Ue. Questo sarà fantastico per le attività di vino e champagne negli Usa».

«Il mondo intero ci sta derubando!!!», ha scritto ancora Trump che è tornato anche ad attaccare l'Unione come istituzione e progetto: «È una delle autorità fiscali e tariffarie più ostili e ingiuste del mondo, creata al solo scopo di trarre vantaggio dagli Stati Uniti», ha detto, confermando anche i «dazi reciproci a partire dal 2 aprile».

Mercoledì la Ue ha dichiarato che imporrà dazi sul whiskey americano fino al 50% a partire da aprile, come rappresaglia per le misure di Washington sulle importazioni di acciaio e alluminio. Lo scontro sul commercio internazionale ha già coinvolto anche Cina, Messico e Canada, il più grande fornitore di alluminio degli Usa, che, come la Ue, ha annunciato contromisure alle tariffe sui metalli di Trump.

Il vino e gli alcolici sono diventati centrali nella guerra commerciale scatenata da Trump. Molte delle contromisure proposte dalla Ue, per un valore complessivo di 26 miliardi di euro, riguarderebbero prodotti che hanno poco più di un valore simbolico. Ma i dazi del 50% sul whiskey americano sarebbero un duro colpo per gli Usa. L'Unione europea compra circa il 40% di tutte le esportazioni di alcolici americani, secondo i dati del Distilled Spirits Council. Mentre gli Stati Uniti rappresentano il 31% delle esportazioni di vino e alcolici dalla Ue, secondo Eurostat. Nel 2024 gli Stati Uniti hanno importato circa 5,4 miliardi di dollari di vino dalla Ue (di cui circa 1,7 miliardi di vino frizzante e champagne), oltre a un miliardo di

187438

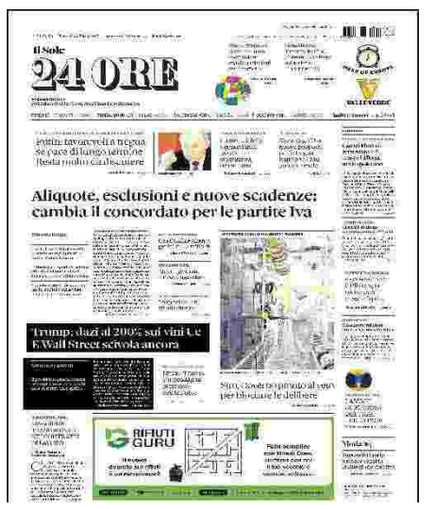
Il Sole 24 ORE

dollari di birra e a più di 3,5 miliardi di dollari di superalcolici.

La Commissione europea ha fatto sapere che chiederà agli Usa di «revocare immediatamente le tariffe» e si è detta pronta a «negoziare per evitare dazi in futuro». Già oggi il commissario Ue per il Commercio, Maros Setcovic avrà un colloquio telefonico con la sua controparte Usa.

Ma la richiesta di trattare per non danneggiare l'attività di produzione e gli interscambi è venuta subito anche dal Distilled Spirits Council americano: «Esortiamo il presidente Trump - ha detto Chris Swonger, presidente dell'associazione che mette assieme produttori e distributori di distillati - a garantire un accordo sui liquori con la Ue per riportarci a tariffe zero per zero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA


Il Sole 24 ORE

Aliquote, esclusioni e nuove scadenze: cambia il concordato per le partite Iva

Trump: dazi al 200% sui vini Ue e Wall Street scivola ancora


La minaccia di Trump: dazi del 200% contro vino e alcolici europei

intimissimi UOMO

AUGURI PAPÀ

187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

CORRIERE DEL VENETO
PADOVA E ROVIGO

RICHIESTE SALITE DELL'8% PER EVITARE I FUTURI DAZI

Usa, scorte di Prosecco exploit delle ordinazioni

Più 8% di ordini di Prosecco più 3% di Pinot grigio: gli importatori statunitensi fanno scorta di vino per tutelarsi dai dazi e evitare il rischio di diminuire le vendite. Gli ordini di gennaio e febbraio sono arrivati a destinazione e i porti americani sono ai limiti della congestione, non solo per il vino. a pagina 7 **Bertasi**

Prosecco in volata prima della scure Usa

Ordini su dell'8% anche a febbraio e a inizio marzo. Coldiretti: «I grandi importatori fanno scorta»

VENEZIA Più 8% di ordini di Prosecco e più 3% di Pinot grigio, gli importatori statunitensi fanno scorta di vino per tutelarsi dai dazi. I primi segnali che qualcosa stava cambiando si sono visti già all'indomani del 5 novembre, a poche ore dalla vittoria di Donald Trump, con richieste sempre più consistenti. E un balzo del 7,3% che ha portato a chiudere l'anno con il conto tondo, mai raggiunto prima, di 3 miliardi di export per tutta la filiera del vino veneto: 200 milioni in più sul 2023. E la tendenza non si è più fermata: a gennaio si è superato il 7%, a febbraio sfiorato l'8% e nei primi giorni di marzo il segno più è continuato.

Le stime americane
Una bottiglia oggi venduta nelle vinerie a 15 dollari, potrebbe arrivare a costarne 45

Gli importatori vogliono appunto evitare il rischio di diminuire sensibilmente le vendite: «L'80% del vino che vendiamo arriva dall'Europa — spiega all'*Associated Press* Jeff Zacharia, presidente di Zachys, distributore di vini d'alta gamma dello Stato di New York —. e gli importatori dipendono dall'Europa». Tra i vini più apprezzati negli Usa c'è il Prosecco, entrato nei giorni scorsi a gamba tesa nell'agorà politica di Washington, grazie alle proiezioni dei possibili rincari esposte dai Democratici al Senato: «Una bottiglia di Prosecco venduta oggi, senza dazi, a 15 dollari potrebbe costarne 45 se Trump confermasse la scelta di imporre tariffe al 200%».

Che avrebbe tassato le produzioni straniere il presidente Usa lo aveva anticipato in campagna elettorale, dopo l'insediamento sono prima arrivati gli annunci e poi i provvedimenti. Finora non hanno coinvolto il vino, ma se le trattative tra Bruxelles e Usa non trovano un punto di convergenza dal 2 aprile scatteranno i tanto vituperati dazi, a quale percentuale non è ancora chiaro. Quello che è certo è che si tratta, dicono negli States, di *retaliation*, ritorsione contro quel 40% sul whiskey stabilito dall'Europa.

Intanto, gli ordini di gennaio e febbraio sono arrivati a destinazione e i porti americani sono ai limiti della congestione — non solo per il vino, è corsa a importare ogni produzione finita nel mirino di Trump — con un più 13% di arrivi a gennaio e 6,1% a febbraio. «I grandi importatori stanno sicuramente approfittando di questo momento per aumentare le importazioni di Prosecco — dice Giorgio Polegato, presidente della consulta vitivinicola di Coldiretti —. Tra gennaio e febbraio si conferma un quasi più 8% di ordini rispetto allo stesso periodo del 2024 e marzo al momento prosegue con questi ritmi». Detto che, precisa, «il Prosecco ha un picco nelle vendite in primavera e in estate e di solito nei primi due mesi dell'anno si registrano sempre più acquisti», oggi si aggiunge la volontà di incamerare scorte.

Più contenuto l'aumento di ordini per il Pinot grigio. «Assistiamo a una crescita tra il 2 e il 3% — spiega Albino Armani, presidente del Consorzio di tutela vini doc Delle Venezie —, è un trend non effimero, segno di un'affezione duratura, speriamo che non sarà intaccata nel caso di dazi». Per Armani, ora bisogna essere «realisti»: «Se sal 200% la contrazione ci sarà». Al 25% invece «saranno assorbibili». La catena di distribuzione ha tre passaggi negli Usa con un aumento finale di circa quattro volte del prezzo di partenza: una bottiglia comprata dal Veneto a 4 dollari, al consumatore Usa costerà 16. E se fino a pochi giorni fa gli ordini volavano, qualche ombra si intravede all'orizzonte: «Alcuni importatori hanno fermato le partenze per non rischiare dal 2 aprile di pagare dazi al 200%», conclude. Uno stop prudenziale in attesa che si chiarisca la situazione.

Gloria Bertasi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

CORRIERE DEL VENETO
PADOVA E ROVIGO



Armani Negli ultimi giorni alcuni acquirenti hanno fermato le partenze per non rischiare dal 2 aprile di pagare dazi al 200%



In partenza Un carico di bottiglie di Prosecco pronto per la spedizione


CORRIERE DEL VENETO
PADOVA E ROVIGO
Avvocati, fuga dalla professione addio all'albo, primo calo anche a Padova
L'attacco di Brugnaro alla Procura


Prosecco in volata prima della scure Usa
Tesla, le proteste e la paura dei clienti «E se adesso me la strisciano?»

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Libero
QUOTIDIANO

I PREZZI ALLE STELLE

Gli Usa rimasti senza uova le chiedono alla Danimarca

Uccisi negli ultimi tre anni 166 milioni di volatili a causa dell'aviaria cinese Con la riduzione dei polli, va in crisi anche la colazione degli americani

DARIO MAZZOCCHI

Ci sono matasse ben più intricate da risolvere, come il conflitto in Ucraina e le trattative per un cessate il fuoco piuttosto che la guerra di dazi che colpisce acciaio, settore automobilistico ed energia. Quali siano le priorità è quindi piuttosto chiaro, ma c'è un'altra questione che sta tenendo banco negli Stati Uniti da tempo e che negli ultimi giorni ha raggiunto il livello più alto e non è di secondaria importanza, dal momento che impatta quotidianamente sulla vita del consumatore medio. È la mancanza di uova tra i banchi del supermercato: l'acquirente va a fare la spesa e sugli scaffali trova cartelli che lo avvisano che il negozio ne è rimasto senza o che è tenuto a non comprarne più di tre e forse, con quel che costano, nemmeno viene voglia di farlo.

Se si considera che secondo il dipartimento dell'Agricoltura statunitense un americano medio consuma all'incirca 277 uova all'anno e che il consumo generale, con una popolazione di circa 330 milioni di abitanti, raggiunge 91 miliardi di uova all'anno (tra quelle fresche e quelle impiegate per la produzione di prodotti da forno, maionese e altri alimenti), ci sono tutti gli elementi per parlare di emergenza, provocata dalla diffusione dell'influenza aviaria tra gli allevamenti di pollame che si trascina da almeno tre anni.

Dal 2022, infatti, il virus ha provocato l'abbattimento di oltre 166 milioni di uccelli e ridotto in modo drastico il numero di galline ovaiole: solo tra queste, nell'ultimo trimestre 2024 sono stati registrati oltre 20 milioni di decessi. Si tratta di uno dei focolai più gravi nella storia del Paese per quanto riguarda le malattie del mondo animale.

Meno uova e, secondo la dura legge del mercato, prezzi che salgono alle stelle per quelle in vendita: a febbraio, il prezzo medio per una dozzina di uova grandi è salito a 5,90 dollari (all'incirca 4,66 euro) contro i 4,95 del mese precedente e di gran lunga sopra i 2 dollari registrati prima dall'epidemia. A conti fatti, un +195% che ha innervosito anche la Casa Bianca, con il presidente Donald Trump che nel discorso al Congresso sullo stato dell'Unione ha accusato l'amministrazione Biden di cattiva gestion e ha assicurato il suo impegno per ridurre i costi.

Il governo federale è all'opera. Il dipartimento della Giustizia sta accertando che non sia in corso una manipolazione dei prezzi da parte delle aziende produttrici per gonfiare i costi finali e aumentare i profitti, mentre prolifera un mercato nero: gli agenti di frontiera da ottobre ad oggi hanno sequestrato oltre 3.000 prodotti illegali legati al pollame (+36% su base annua), con un incremento del 54% in Texas, porta d'ingresso dall'America Latina. Quello dell'Agricoltura prova a correre ai ripari, soprattutto in vista della Pasqua con il consueto aumento della domanda. Ha stanziato un miliardo di dollari tra misure per la biosicurezza (500 milioni), sostegni agli agricoltori più colpiti (400) e ricerca sui vaccini (100). Allo sforzo economico si aggiunge quello per l'approvvigionamento dall'estero e, in particolare, dall'Europa: le uova vanno oltre le tariffe doganali.

Tra gli stati contattati ci sono infatti Finlandia e Danimarca. L'associazione nazionale avicola finlandese ha comunicato che non è in grado di esaudire la richiesta: non ci sono accordi con le autorità di Washington per l'accesso al mercato americano e il processo richiederebbe tempo per ispezioni e lungaggini burocratiche. I danesi si sono dimostrati più possibilisti e chissà che non diventi un'occasione per riallacciare i rapporti con gli USA raffreddati dalle dichiarazioni di Trump sulla Groenlandia: la Danish Egg Association potrebbe spedire uova nei prossimi sei mesi, come ha fatto sapere l'amministratore delegato dall'associazione commerciale, Jørgen Nyberg Larsen. Non ci sono però numeri chiari sull'effettiva richiesta americana e l'operazione deve attendere la fine del periodo pasquale. E che la piccola Danimarca possa da sola colmare il vuoto è impossibile, basti pensare che la Turchia (altra nazione in trattativa) prevede di esportarne 420 milioni, mentre gli Stati Uniti da soli ne producono 7,5 miliardi all'anno.

Il ceppo che sta mettendo alla prova il comparto è denominato H5N1 e riporta le lancette del tempo al 1996, quando fu identificato per la prima volta a Guandong, nel sud della Cina, non lontana da Hong Kong, dove venne registrato il primo caso umano. Tra i volatili ha una mortalità del 90%.

Un virus cinese, richiamando l'appellativo con cui Trump definì il Covid-19 ad inizio pandemia, scatenando la dura protesta di Pechino e dell'Organizzazione mondiale della sanità e le accuse di razzismo. In tempi di nuova Guerra fredda tra le due sponde dell'Oceano Pacifico, non ci sarebbe da sorprendersi se la penuria di uova nei negozi americani contribuisse ad accrescere le tensioni commerciali e diplomatiche.

Che colazione sarebbe quella con il bacon, ma priva di scrumbled eggs? Non c'è da scherzare, è il pasto più importante della giornata.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Libero
QUOTIDIANO



A New York City spuntano cartelli di protesta contro il caro-uova (*AFP*)



I PREZZI ALLE STELLE

Gli Usa rimasti senza uova le chiedono alla Danimarca

Allarme a Pechino: nel 2030 il 65% sarà sovrappeso

187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Fondi e finanziamenti

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE

Fsi investe sui pomodori Casalasco

Agroalimentare

Il fondo sigla partnership con il Consorzio con un'iniezione di 200 milioni

Fsi investe sul gruppo Casalasco società agricola, azienda storica dell'agroalimentare sostenibile in Italia, con oltre 2000 dipendenti, 5 stabilimenti ed un fatturato superiore a 600 milioni di euro.

Il gruppo Fsi ha siglato un accordo vincolante per una partnership con l'azionista di riferimento Consorzio Casalasco del Pomodoro, nell'ambito della quale il fondo potrà investire oltre 200 milioni di euro, in un grande progetto di aggregazione e crescita internazionale. Ad uscire dalla compagine azionaria sarà QuattroR Sgr, presente nell'azionariato dal 2021, che cederà la propria partecipazione in Casalasco.

Quest'ultima (con marchi come Pomì e De Rica) e la sua filiera rappresentano una realtà all'avanguardia nell'ambito dell'agricoltura sostenibile italiana, capace di coniugare tradizione e innovazione, integrando il ciclo produttivo e di trasformazione della materia prima con gli obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale.

L'investimento di Fsi mira a promuovere un grande progetto aggregativo, che parte dall'Italia, ma di respiro europeo aperto anche ad altre aziende e imprenditori, che ne condividano i valori, «con l'obiettivo di raggiungere 1,5 miliardi di euro di fatturato», afferma Maurizio Tamagnini, amministratore delegato di Fsi.

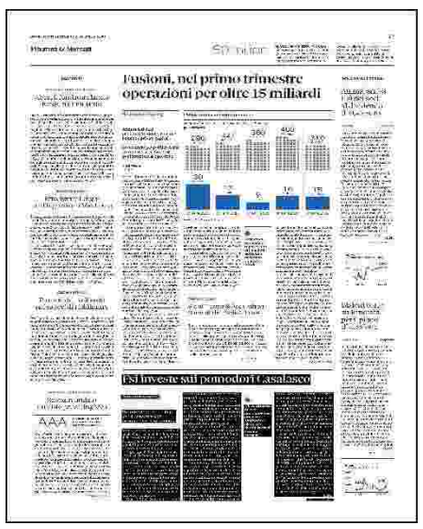
«Riteniamo che Casalasco, a seguito di un percorso di crescita significativo, possa addivenire a una quotazione di successo, con una capitalizzazione di Borsa superiore al miliardo di euro. In questo modo l'Italia avrebbe un'azienda quotata di grandi dimensioni, in un settore fondamentale per l'economia nazionale come l'agroalimentare» sottolinea Barnaba Ravanne, co-managing partner di Fsi. «L'ingresso di un partner prestigioso e di grandi dimensioni come Fsi nella compagine sociale rappresenta un importante acceleratore di crescita per Casalasco e la sua filiera, per potenziare il proprio progetto di sviluppo» evidenzia Costantino Vaia, amministratore delegato di Casalasco .

L'investimento mira a promuovere un progetto aggregativo, che parte dall'Italia ma di respiro europeo

QuattroR avrà la possibilità di investire nuovamente in Casalasco attraverso il fondo QuattroR MidCap. «L'azienda, che rappresenta un caso di grande successo nell'ambito del settore agroalimentare italiano, è il primo disinvestimento del fondo QuattroR che riflette in pieno il valore di quanto creato» spiega Francesco Conte, amministratore delegato di QuattroR Sgr e vicepresidente di Casalasco. Nell'operazione i venditori sono stati assistiti da Vitale & Co. ed Unicredit, unitamente a Gatti Pavesi Bianchi Ludovici e Talea per la parte legale.

—**C.Fe.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA


Fusioni, nel primo trimestre operazioni per oltre 15 miliardi

Fsi investe sui pomodori Casalasco

187438

Il Sole 24 ORE

DOPO IL RIORDINO

Gasolio agricolo, restano agevolazioni sulle accise

Garantito il regime speciale sulle accise per il gasolio agricolo, indispensabile per non aumentare i costi di produzione e, di conseguenza, i prezzi al consumo, evitando così nuovi oneri per agricoltori e pescatori. È quanto emerge dal decreto di riforma sulle accise approvato definitivamente dal Consiglio dei ministri del 13 marzo 2025. Dalla lettura del provvedimento (atteso ora in «Gazzetta Ufficiale») si evince la conferma dell'attuale regime per il carburante usato in agricoltura. Infatti, le attività agricole, orticole, silvicolturali, floricole, di allevamento e di itticoltura che prevedono l'utilizzo di macchinari possono usufruire di agevolazioni fiscali per l'acquisto di carburante.

—**Alessandra Caputo**
—**Marcello Valenti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA


Norme & Tributi

Professionisti, effetto domino con lo stop al concordato

Colonnine di ricarica con corrispettivi

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

ItaliaOggi

Mutui agricoli, interessi coperti Domande entro il 15 settembre

Dal 15 aprile al 15 settembre 2025 gli agricoltori che contraggono finanziamenti bancari possono presentare domanda all'organismo pagatore Agea per beneficiare della copertura degli interessi in regime de minimis. I criteri e le modalità per accedere al regime di aiuto sono contenuti nelle istruzioni operative n. 33 del 27 marzo 2025, disponibili sul sito di Agea. Il regime di aiuto è stato istituito con il decreto legge 15 maggio 2024 n. 63, convertito con la legge 12 luglio 2024 n. 101 («Decreto Agricoltura»).

Lo stanziamento disponibile per il 2025 è pari a 11 mln di euro. Il contratto di finanziamento bancario deve avere una durata massima di cinque anni, comprensiva del preammortamento. L'aiuto pubblico copre una percentuale fino al 50% del tasso annuo nominale applicato dalla banca, riconosciuto entro il massimale de minimis di 50.000 euro nell'arco di tre anni per le imprese agricole e di 40mila euro per quelle della pesca e acquacoltura. Per il 2025 sono ammissibili i finanziamenti concessi a partire dal 1° gennaio scorso. La verifica è svolta utilizzando la delibera di concessione del finanziamento.

Per beneficiare del contributo a copertura degli interessi passivi l'impresa richiedente deve stipulare una polizza assicurativa contro i danni alle produzioni, alle strutture, alle infrastrutture e agli impianti produttivi, per coprire i danni di natura meteoclimatica, di attacchi parassitari e causati da animali protetti.

Gli agricoltori interessati sono tenuti a fornire informazioni sulle caratteristiche del finanziamento bancario contratto, col modello di domanda nella circolare Agea. Il richiedente può fare richiesta o usare il CAA.

Ermanno Comegna

© Riproduzione riservata



187438

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

L'INFORMATORE AGRARIO
DAL 1945

LA MANCANZA DI LIQUIDITÀ SOFFOCA LE IMPRESE

Stati generali sui ritardi nei pagamenti Pac

di **Gaetano Menna**

Agea ha avviato un coordinamento tra organismi pagatori, Caa e Regioni per accelerare i pagamenti e affrontare gli errori legati alla Carta dei suoli. Gli agricoltori lamentano in generale anche una eccessiva burocrazia

«Non si può fare una rivoluzione portando i guanti di seta». Parafrasiamo la frase di Stalin pensando alla situazione in corso dei pagamenti Pac di Agea e degli altri organismi pagatori.

Introdurre semplificazioni, innovazioni, rendere la domanda Pac un (futuro) esempio di chiarezza per gli agricoltori è un encomiabile impegno di Agea. Ma è indubbio che ci siano dei problemi. Agea ne è consapevole tanto è vero che afferma testualmente: «L'attuale sistema dei pagamenti dei finanziamenti comunitari è un sistema a imbuto caratterizzato da tutta una serie di orpelli che potrebbero essere eliminati per garantire finanziamenti immediati agli agricoltori».

Quindi a marzo ha avviato gli «Stati generali tra gli organismi pagatori regionali, i Caa di coordinamento e le direzioni generali degli Assessorati dell'agricoltura regionali», che non è un appuntamento di routine ma la sede per aggiustare il tiro coinvolgendo anche l'ex amministratore delegato di Poste Italiane, **Francesco Caio**.

«Il salto di qualità – ha spiegato il direttore di Agea **Fabio Vitale** all'inaugurazione del confronto – è quello di condividere il nuovo modello di governance con tutti gli interlocutori della filiera. E questo perché non basta creare una serie di processi di sviluppo seppur innovativi, è fondamentale costruire un sistema».



187438

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

L'INFORMATORE AGRARIO
DAL 1945

ATTUALITÀ

Agricoltori di mezza Italia in difficoltà

Tutto ciò è giusto e condivisibile ma l'agricoltore non capisce cosa sta accadendo, con la nuova Pac che ha tagliato i sostegni, con gli Ecoschemi che non sempre sono applicabili, con gli errori della Carta dei suoli che non mancano, con la burocrazia che imperversa.

Vogliamo iniziare il nostro racconto dalla collina materana dove sono ubicate le aziende cerealicole di **Michele Vignola** e di suo figlio (complessivamente 206 ettari) che sono un esempio di resilienza e adattamento.

Per quanto riguarda gli aiuti della Pac l'agricoltore lucano finora **ha ricevuto poco più della metà di quanto atteso**, che francamente sembra poco in questo periodo.

«Agea e Regione – dichiara Vignola – dicono che i meccanismi funzionano, ma la realtà è che **io e mio figlio riceviamo acconti irrisori, 200 euro alla volta, quando dovremmo percepire, tra tutti e due, decine di migliaia di euro. Le nostre pratiche sono in regola, il problema è l'erogazione dei fondi».**

I ritardi nei pagamenti mettono a dura prova la liquidità delle due aziende Vignola, costrette a far fronte a spese ingenti: 70.000 euro solo per la semina dei cereali, 50.000 per le rate di acquisto di due nuovi trattori e poi ci sono i costi del carburante, dei concimi e dei fertilizzanti.

L'anno scorso, la siccità ha inferto un colpo durissimo. «In 50 anni di attività è la seconda volta che ci capita una produzione così bassa – riferisce Vignola – abbiamo raccolto solo 10 quintali di grano per ettaro, contro i 35 abituali».

«I ritardi dei pagamenti Pac sono diventati insostenibili in Basilicata, le aziende agricole non possono più aspettare» afferma **Paolo Colonna**, responsabile di Legacoop Agroalimentare Basilicata e presidente dell'Op olivicola lucana Oprol. «I pagamenti Pac – prosegue Colonna – sono fondamentali per la loro sopravvivenza».

In particolare, Colonna sottolinea come in generale tutta la burocrazia sia un ostacolo per le imprese agricole: «C'è un problema di gestione di risorse che arriva a livello ministeriale, uno su tutti il Pnrr per il quale non si sta comprendendo perché ci sia uno stallo».

Raffaele Amore, presidente di Cia Campania e presidente di OP Associazione Olivicoltori Sanniti (Aos) vive e conosce bene la situazione delle aree interne, che lo preoccupa: «I sostegni al reddito pervenuti in Campania non sono distanti dall'obiettivo prefissato (a spanne 95% su 100%). Il problema non è generalizzato, ma si concentra in comparti specifici come l'arboricoltura permanente e la zootecnia estensiva, quest'ultima già in difficoltà nelle aree interne. C'è il rischio di abbandonare interi settori, in particolare quelli che già affrontano momenti difficili, come la zootecnia estensiva delle aree interne».

Pascoli e pedanteria

Si rilevano criticità anche in Abruzzo: «I pagamenti Pac stanno arrivando in modo frammentato e incompleto agli allevatori abruzzesi e Agea attribuisce questi ritardi a problemi di incompatibilità tra i sistemi informatici attuali e quelli precedenti, che generano errori – è lo sfogo di **Nunzio Marcelli**, presidente del Consorzio di tutela dell'agnello Centro Italia Igp – tuttavia, la mia osservazione è che le piccole aziende agricole, che spesso operano in aree difficili, sono le più colpite dalla mancanza di liquidità, mentre quelle spesso dedite esclusivamente alla "coltivazione di contributi" (ovvero all'ottenimento dei titoli Pac), sembrano risentire meno di queste difficoltà».

Marcelli fa poi presente che le procedure attuali impongono agli allevatori verifiche minuziose sui capi di bestiame, con l'obbligo di segnalare tempestivamente all'Asl ogni perdita ma ciò è inadeguato per le realtà estensive, dove il monitoraggio costante è complesso e la perdita di singoli animali è più frequente.

> **Secondo una stima Copagri Sardegna le superfici in attesa di pagamento ammontano a circa il 45-55%**

Problemi notevoli per i pascoli stanno subendo i produttori sardi e Agea, Argea e Regione sono prossimi alla risoluzione della questione, come ci conferma il direttore di Copagri Sardegna **Mario Putzolu**: «Quanto alla percentuale che non è stata saldata, possiamo dire che da quanto emerge dai periodici confronti con i nostri associati, **al momento oscilliamo tra il 45 e il 55% delle superfici che hanno questa problematica**». La Carta nazionale dei suoli in Sardegna ha rilevato come semplici boschi aree pascolabili. È chiaro che il lavoro sotto un piano può essere risolto solo con una lettura a terra, ma leggere a terra una superficie pari a circa 300.000 ettari di bosco è molto difficile e per questo la Copagri ha suggerito una soluzione di carattere amministrativo: «Quelle che storicamente sono sempre state superfici utilizzate a pascolo dovrebbero trovare una sorta di sanatoria».

Gaetano Menna

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Sostenibilità

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

Mercato unico e innovazione per rilanciare l'economia circolare

Rapporto Confindustria

Ponti: semplificare le norme, pesano soprattutto sulle piccole e medie imprese

«L'economia globale deve passare da una economia lineare a una circolare: è una grande opportunità per la competitività e la sostenibilità in Europa». Ha esordito così Lara Ponti, vice presidente di Confindustria per la Transizione ambientale e gli obiettivi Esg, all'incontro all'Europarlamento a Bruxelles, sintetizzando i messaggi principali del secondo Rapporto di Confindustria sull'economia circolare, che analizza la situazione in Italia e in Europa, insieme ad alcune indicazioni di policy. «In Italia l'economia circolare è cresciuta tre volte più del pil nazionale, 3,6 contro 1,2, in dieci anni, vale 43 miliardi ed al 2024 aveva già creato 613mila posti di lavoro», ha detto la vice presidente di Confindustria, aggiungendo che l'Italia ha risultati significativi nell'uso efficiente dell'energia e delle risorse: il tasso di circolarità è del 20,8%, quasi il doppio della media Ue (11,8%). Inoltre il tasso di riciclo era al 2022 del 71,9%, contro la media Ue del 65,4. La circolarità genera risparmi di costi per 16 miliardi: il 15% del potenziale: si arriverebbe nel 2030 a 119 miliardi se venissero eliminati i blocchi che ne frenano lo sviluppo. Sul mercato della rigenerazione dei beni guardando tutta l'Europa si potrebbe passare da 31 miliardi a 100.

Occorre mettere in pratica una vera e propria politica industriale. «Dobbiamo semplificare le normative che rappresentano costi alti soprattutto per le pmi. L'eccesso di regolazione rallenta l'innovazione e aumenta i rischi di delocalizzazione», ha detto Ponti, sottolineando che l'industria europea ha bisogno oltre di semplificazione anche di investimenti, supporto finanziario, una spinta alla ricerca e all'innovazione, la creazione di un mercato unico.

Bisogna abbattere le barriere non tecnologiche, promuovere lo scambio di beni e prodotti circolari e potenziare la capacità impiantistica del paese, dice il Rapporto, dove vengono proposte dieci raccomandazioni strategiche che rappresentano le istanze dell'industria e puntano ad orientare il nuovo quadro regolatorio Ue in vista del Circular Economy Act.

Come primo punto occorre favorire la piena armonizzazione della regolamentazione europea, evitando duplicazioni di oneri burocratici ed economici; bisogna semplificare le procedure autorizzative di gestione dei rifiuti e garantire stabilità normativa; terzo aspetto, rimuovere le criticità sul permitting ambientale, per attrarre investimenti e favorire l'innovazione (secondo uno studio di BusinessEurope l'83% delle imprese considera un ostacolo la lunghezza delle procedure); occorre razionalizzare gli istituti giuridici fondamentali per l'economia circolare; sostenere la ricerca e l'innovazione. Inoltre, sesto punto, bisogna sviluppare e coordinare misure e interventi di incentivazione. Per esempio introducendo certificati per valorizzare l'economia circolare e l'uso di materie prime seconde. Questi titoli di efficienza energetica circolare misurerebbero il risparmio energetico e la riduzione delle emissioni, i benefici sarebbero più competitività delle materie prime seconde, un sistema di riciclo più efficiente e un potenziamento delle infrastrutture per l'economia circolare. Settimo punto, occorre rafforzare il ruolo degli appalti pubblici per promuovere la circolarità: si propone una norma strutturale per cui le amministrazioni centrali e periferiche destinino un minimo di spesa dell'1% da dedicare agli appalti circolari, equivalente a 2,8 miliardi di euro.

Altro aspetto, andrebbero coordinate le politiche di transizione energetica con quelle dell'economia circolare, per favorire acquisti di prodotti più sostenibili, aumentare la raccolta di beni vetusti, incrementare il riciclo di materiali che ritornano ai processi produttivi. Per esempio sugli elettrodomestici andrebbe favorita la sostituzione e il recupero: la proposta prevede uno sconto del 30% fino a 200 euro, rottamando un modello di oltre 10 anni. Ipotizzando un rinnovo del parco installato per circa 2 milioni di apparecchi si consentirebbe un risparmio energetico superiore al 630 GWh all'anno, indicativamente pari al consumo elettrico di una provincia di 600 mila abitanti. Capitolo determinante, le risorse: la leva finanziaria è decisiva. Infine occorre creare sinergia tra sostenibilità e sicurezza nell'approvvigionamento di materie prime, per garantire maggiore indipendenza dell'Italia e della Ue.

—**N.P.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LARA PONTI
Vicepresidente di Confindustria per la Transizione ambientale e gli obiettivi Esg

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE

L'economia circolare

+3,6%

La crescita
In Italia l'economia circolare è cresciuta tre volte più del pil nazionale, 3,6 contro 1,2 in dieci anni

43 miliardi

Il valore
Quanto vale l'economia circolare

613mila

Gli occupati
Al 2024 l'economia circolare aveva già creato 613mila posti di lavoro



20,8%

Tasso di circolarità
L'Italia ha risultati significativi nell'uso efficiente dell'energia e delle risorse: il tasso di circolarità è del 20,8%, quasi il doppio della media Ue (11,8%)

71,9%

Tasso di riciclo
Il tasso di riciclo era al 2022 del 71,9%, contro la media Ue del 65,4

80,8%

Riciclo di vetro
In Italia il tasso di riciclo del vetro è superiore all'80%
In Italia il tasso di riciclo dell'acciaio è pari all'80,6%

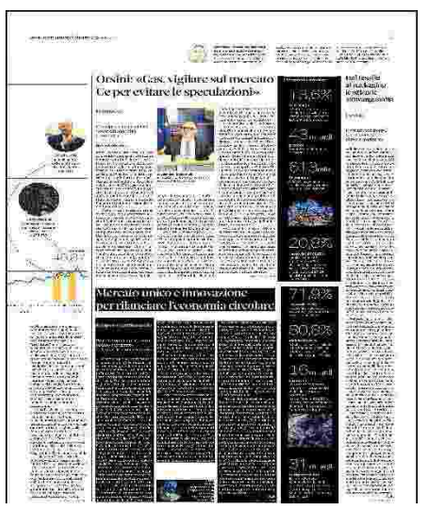
16 miliardi

I risparmi
La circolarità genera risparmi di costi per 16 miliardi: il 15% del potenziale. Si arriverebbe nel 2030 a 119 miliardi se venissero eliminati i blocchi che ne frenano lo sviluppo



31 miliardi

La rigenerazione
Sul mercato della rigenerazione dei beni guardando tutta l'Europa si potrebbe passare da 31 miliardi di risparmi a 100 miliardi


Orsini: «Cas, vigilare sul mercato Ue per evitare le speculazioni»
Mercato unico e innovazione per rilanciare l'economia circolare

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Innovazione

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE

Tea, le biotecnologie (non Ogm) che hanno convinto Ue e agricoltori

Norme europee. Il via libera alla coltivazione e commercializzazione offrirà un'opportunità di sviluppo per le piccole e medie imprese del settore sementi: l'obiettivo è selezionare varietà più produttive, resistenti al clima e con un minor fabbisogno idrico

Alessio Romeo

Non chiamateli nuovi Ogm. È lo slogan ricorrente sulle nuove biotecnologie agricole per le quali il Consiglio Ue ha dato il via libera alla trattativa sul regolamento che ne autorizza coltivazione in campo e commercializzazione. Le nuove tecniche genomiche (Ngt o Tea secondo l'acronimo italiano), valse un Nobel per la chimica assegnato nel 2020 a Emmanuelle Charpentier e Jennifer Doudna, si differenziano sostanzialmente dagli Ogm per la mancanza di inserimento di Dna estraneo alla pianta.

Utilizzando solo geni appartenenti alla stessa specie accelerano in laboratorio un procedimento che avviene in natura in tempi molto più lunghi. L'obiettivo è selezionare varietà più produttive, resistenti agli stress climatici e con un minor fabbisogno idrico.

Il mancato sviluppo delle biotecnologie in Europa, eccezione quasi unica nel panorama mondiale, deriva dall'equiparazione sotto il profilo giuridico delle Tea ai vecchi Ogm a opera di una sentenza della Corte di giustizia Ue del 2018, secondo cui in assenza di una normativa specifica sono soggette al regolamento sugli Ogm del 2001, quindi, di fatto vietate.

Nel frattempo la ricerca è andata avanti ma è rimasta confinata nei laboratori. L'Italia ha provato a fare da apripista con una legge dello scorso anno che autorizza, a determinate condizioni, la sperimentazione in campo, ma i pochi metri quadrati dedicati allo sviluppo di una varietà di riso in Lomellina sono stati distrutti poco dopo l'avvio, così come le viti (tra i comparti più promettenti con cereali, pomodori e agrumi) in Valpolicella. Eppure sulla carta tutte le organizzazioni agricole, a eccezione di quelle del biologico, sono favorevoli.

La proposta sul tavolo Ue risale al luglio 2023, e distingue le nuove tecniche in due categorie: in estrema sintesi le Tea (fino a un certo numero di modifiche), con obbligo di etichettatura solo per le sementi, e una seconda categoria, in cui rientrano gli Ogm e le nuove tecniche oltre le 20 modifiche genetiche, che sarebbero soggette a una specifica procedura di autorizzazione e valutazione del rischio prima dell'immissione sul mercato. Gli Stati membri manterrebbero il diritto di opt-out previsto per gli Ogm.

I nodi principali riguardano la trasparenza dei brevetti, sui quali la Commissione dovrà presentare un rapporto, a un anno dal nuovo regolamento, sull'impatto delle procedure sull'innovazione, la competitività del settore sementiero e la disponibilità di sementi per gli agricoltori.

Un altro paletto riguarda la non ammissibilità di modifiche sulla tolleranza agli erbicidi. Il negoziato vero parte adesso, difficilmente la presidenza polacca riuscirà a chiudere un accordo entro il semestre, che è possibile entro la fine dell'anno sotto presidenza danese.

Per il direttore di Assosementi, Alberto Lipparini, la riforma «offre un'opportunità di sviluppo per tutte le piccole e medie imprese del mondo sementiero europeo. Sui brevetti la nostra posizione è semplice: l'innovazione costa, quindi come in tutti gli altri settori è necessario garantire una remunerazione degli investimenti, fermo restando la necessità di garantire il libero accesso. Bisogna trovare un equilibrio tra queste due istanze contrapposte, questo è possibile prevedendo licenze obbligatorie sui nuovi ritrovati, frutto di un compromesso economico».

L'obbligo di etichettatura delle sementi, aggiunge, «di per sé non è un problema, ma l'indicazione sul prodotto finito rischia di essere più complessa a discapito degli obiettivi di trasparenza».

Per la ricerca i tempi sono fondamentali. «Dal 2017 si parla della necessità di una regolamentazione della materia – dice Clara Fossato, portavoce di 17 organizzazioni favorevoli alle Tea – dobbiamo aiutare soprattutto la parte agricola, che è la più debole, ad aumentare la produttività, altrimenti importeremo sempre di più, Ogm o non. È un modo di promuovere le nostre eccellenze sul quale, per una volta, siamo tutti d'accordo».

Un fronte contrario però esiste ed è rappresentato dalle organizzazioni ambientaliste e del biologico europee. «La proposta non ci piace principalmente per due motivi – spiega Maria Grazia Mammuccini, presidente di Federbio –: la mancanza di norme adeguate sulla separazione delle filiere, la tracciabilità e la coesistenza sul territorio per garantire l'agricoltura biologica e la questione dei controlli. Anche sui brevetti servono più garanzie. Un via libera senza risolvere questi nodi sarebbe disastroso per il biologico ma anche per tutte le varietà locali tradizionali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

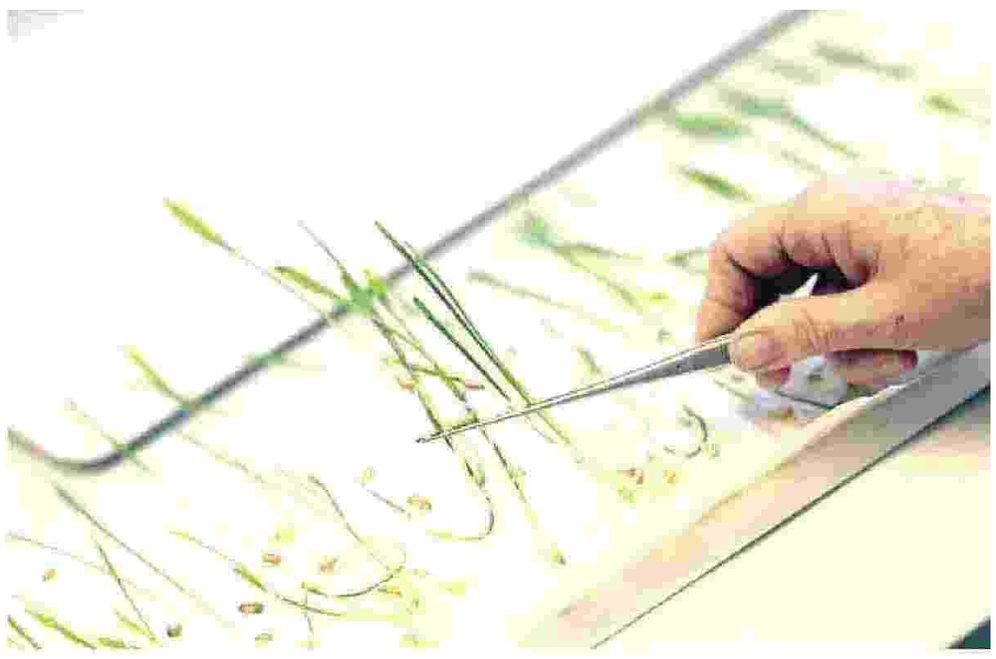
Restano critiche su tracciabilità e brevetti alcune organizzazioni ambientaliste e del biologico

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE



Prime prove.
L'Italia ha provato a fare da apripista con una legge dello scorso anno che autorizza, a determinate condizioni, la sperimentazione in campo


Tea, le biotecnologie (non Ogm) che hanno convinto Ue e agricoltori
A TAVOLA VINCE CHI SI ORGANIZZA
GOLOSO MANGIAR SANO
Diventa Opinion Reader

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Filiere

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Libero QUOTIDIANO

CHI SALE E CHI SCENDE AL SUPER

Il prosecco è senza rivali ma non nel Mezzogiorno

Lo spumante prodotto in Veneto e Friuli consolida il primato di più venduto Giù l'acquisto di vini a basso prezzo, come Lambrusco, Bonarda e Sangiovese

ATTILIO BARBIERI

Supermercati, iper e discount rimangono il canale elettivo per la vendita di vino al consumo nel mercato interno. Poco meno di una bottiglia su due si acquista nella grande distribuzione dove il Prosecco resta in cima alle classifiche di vendita, anche se non cresce più con la rapidità degli anni scorsi. A scattare una fotografia dettagliata sui vini più acquistati nella grande distribuzione è l'istituto di ricerca Circana che in settimana ha diffuso le anticipazioni del consueto studio svolto per Vinitaly, che sarà presentato lunedì 7 aprile nell'ambito della manifestazione veronese.

Complessivamente sono 753 milioni i litri venduti nel 2024 nella Gdo fra vini e spumanti. Il canale elettivo, sul mercato interno con il 47% delle quantità intermediate, davanti a hotel, ristoranti e catering (Horeca) che nel complesso arrivano al 31% dei volumi. Enoteche e vinerie si fermano al 15% e il commercio elettronico pesa appena il 3% del totale. Certo, «gli ultimi anni sono stati di grande sofferenza per il mercato del vino nella Gdo», fa sapere Circana, «a causa degli effetti a lungo termine degli aumenti dei costi di produzione e dei loro riflessi sugli scaffali. Tuttavia, a partire dal 2023, l'andamento nel mercato del vino, pur mantenendo il segno meno, ha cominciato a dare segni di miglioramento e nel 2025 potrebbe proseguire nella stessa direzione, grazie in parte al raffreddamento dei prezzi - da non intendere come riduzione – e al conseguente scenario di maggiore stabilità. Il tutto, al netto dei dazi minacciati dall'amministrazione Trump».

CRESCITE INATTESE

Secondo Circana, il settore chiude il 2024 con un -1,3% a volume sull'anno precedente, fatta eccezione per lo spumante che sembra seguire un percorso diverso, in parte compensato da un +2,2% a valore. Bene i vini in bottiglia a denominazione d'origine che registrano un +0,7%, crescita confermata anche da altre categorie di vini che nel 2024 hanno registrato buoni risultati, in parte inaspettati.

Al primo posto nella classifica delle etichette che crescono di più ci sono il siciliano **Inzolia**, con il +12,9%, il **Primitivo** di Puglia (+11,8%), quasi al pari del **Vermentino** (Sardegna, Toscana, Liguria) con il +11,7%, seguito dal friulana **Ribolla** (+11,3%). In termini assoluti, pero, l'Inzolia è ancora lontano dai top 16 per vendite, guidati dal **Prosecco**.

Sul fronte dei prezzi, il costo medio per il vino a denominazione d'origine in bottiglia (Doc, Docg, Igt) è di 5,57 euro al litro, con un aumento medio del 2% sull'anno precedente, decisamente più contenuto rispetto al dato 2023, quando aveva registrato aumenti superiori al 6%. Certo, i cartellini medi rimangono su livelli bassi o medio-bassi, ad eccezione degli spumanti metodo classico che costano in media poco meno di 14 euro al litro, crescono del 3,8% sul 2023 e si collocano in dodicesima posizione nella top-16 di Circana, con 7,2 milioni di litri venduti a scaffale.

Fra l'altro sulle sei etichette che perdono vendite a volume, tre hanno prezzi medi appena superiori a 3 euro al litro, vale a dire **Bonarda**, **Sangiovese** e **Pignoletto**. Una, il **Lambrusco**, si vende in media a 2,91 euro al litro e il **Chianti**, si ferma a 4,41 euro.

METODO MARTINOTTI

La leadership del Prosecco non è in discussione. Lo scorso anno al supermercato se ne sono venduti 49 milioni e mezzo di litri, davanti a **Chianti** e Lambrusco, come abbiamo visto entrambi in calo, rispettivamente a 16,3 e 15,1 milioni di litri acquistati. Ma il dominio di mercato del Prosecco non è uniforme in tutta Italia. Lo spumante metodo Martinotti è primo per vendite al super in tutto il Settentrione. Guida le classifiche in Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Liguria, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia e Veneto. Ed è ugualmente il più scelto in Toscana e Lazio, oltre che in Puglia e Campania. Nelle altre regioni prevalgono, invece, vini locali. Il Lambrusco in Emilia, il **Trebbiano** in Umbria, Il **Vermentino** in Sardegna, il **Montepulciano** in Abruzzo e Molise, l'**Aglianico** in Basilicata, il **Cirò** in Calabria, il **Nero d'Avola** in Sicilia.

Il Lambrusco, che si produce nelle province di Modena, Reggio Emilia, Parma e Mantova, è terzo assoluto nella classifica generale Circana dei più venduti e deve il proprio successo al posizionamento ottenuto in molte regioni. Oltre ad essere primo in Emilia Romagna si piazza in seconda posizione in Lombardia, Veneto e Campania, in terza in Valle d'Aosta, Liguria, Sardegna e Basilicata. Mentre è quarto in Umbria e Molise e quinto in Calabria.

Fra i vini della stessa categoria, il **Bonarda** che si fa in Piemonte e nel "mio" Oltrepò Pavese è scivolato in tredicesima posizione a poco più di 7 milioni di litri venduti nella Gdo e compare nella top 5 solo in Lombardia (quinto) e Liguria (quarto).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Libero
QUOTIDIANO

Vini al supermercato

CHI SALE E CHI SCENDE A SCAFFALE NEL 2024*

	VINI	Volumi (litri)	Var % vs 2023	Prezzo medio 75cl
1	PROSECCO (Veneto, Friuli Venezia Giulia)	49.585.218	+4,7%	5,51
2	CHIANTI (Toscana)	16.300.924	-2,9%	4,41
3	LAMBRUSCO (Emilia Romagna e Lombardia)	15.125.730	-4,0%	2,91
4	MONTEPULCIANO (Abruzzo)	14.109.356	+1,7%	2,76
5	CHARDONNAY (Internazionale)	11.730.269	+3,1%	3,46
6	VERMENTINO (Sardegna, Toscana, Liguria)	11.607.438	+11,7%	5,44
7	MULLER THURGAU (Trentino Alto Adige)	9.736.153	-3,8%	3,80
8	BARBERA (Piemonte, Lombardia)	8.869.345	+1,4%	3,79
9	RIBOLLA (Friuli Venezia Giulia)	8.663.889	+11,3%	4,17
10	NERO D AVOLA (Sicilia)	7.771.437	+0,9%	3,36
11	PRIMITIVO (Puglia)	7.352.213	+11,8%	4,67
12	METODO CLASSICO (Trentino, Lombardia, altre)	7.283.088	+3,8%	13,85
13	BONARDA (Piemonte, Lombardia)	7.009.952	-0,4%	3,01
14	SANGIOVESE (regioni varie)	6.281.003	-6,1%	3,18
15	PIGNOLETTO (Emilia Romagna)	6.268.478	-1,0%	3,10
16	NEGROAMARO (Puglia)	6.022.756	+4,0%	3,58

Fonte: Circana

IL PESO PERCENTUALE DEI DIVERSI CANALI

Canale di distribuzione	Peso %
Grande Distribuzione Organizzata (GDO)	47%
HoReCa (Hotel, Ristoranti, Catering)	31%
Vinerie ed enoteche specializzate	15%
Vendita diretta dalle cantine	4%
Commercio elettronico	3%

Fonti varie

I PIÙ VENDUTI PER REGIONE NELLA GDO

REGIONE	VINO
Valle d'Aosta	Prosecco
Piemonte	Prosecco
Lombardia	Prosecco
Liguria	Prosecco
Trentino Alto Adige	Prosecco
Friuli Venezia Giulia	Prosecco
Veneto	Prosecco
Emilia Romagna	Lambrusco
Toscana	Prosecco
Lazio	Prosecco
Umbria	Trebbiano
Sardegna	Vermentino
Marche	Trebbiano
Abruzzo	Montepulciano
Molise	Montepulciano
Puglia	Prosecco
Campania	Prosecco
Basilicata	Aglianico
Calabria	Cirò
Sicilia	Nero d'Avola

Fonte: Circana

WITHUB


SPESA URBANA

CHI SALE E CHI SCENDE AL SUPER

Il prosecco è senza rivali ma non nel Mezzogiorno

Vini al supermercato

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

ItaliaOggi

ENTRO APRILE

Dealcolati, l'Ue cambia le etichette

In arrivo un regolamento europeo sui vini a basso contenuto di alcool e analcolici. Il testo sarà presentato dalla commissione Ue non prima di aprile. La politica agricola comune (Pac), va detto, ha già introdotto nel mercato Ue il "vino dealcolizzato" (fino allo 0,5% di alcol in volume, ABV) e il "vino parzialmente dealcolizzato" (oltre lo 0,5% ABV). Il nuovo regolamento punta a facilitare le informazioni per i consumatori, consentendo l'uso di termini come "zero alcol", "senza alcol" e "a basso contenuto alcolico". In base alla bozza, visionata da *Euractiv*, il termine "Zero alcol" indicherà prodotti con un ABV non superiore allo 0,05 o 0,1%, ma i numeri potrebbero essere ancora soggetti a modifiche. Le denominazioni "senza alcol" e "a basso contenuto alcolico", invece, corrisponderebbero alle definizioni già previste dalla Pac. Restyling pure per le norme tecniche che disciplinano la dealcolazione, per semplificare la produzione di spumanti a basso contenuto alcolico ed estendere le categorie di prodotti vitivinicoli, consentendo vini aromatizzati a basso contenuto alcolico e l'uso del rosato per il *Glühwein*, o *vin brulé*, alimento invernale in gran parte d'Europa. Infine, la bozza di regolamento prevede che la commissione possa modificare le norme sull'etichettatura elettronica delle informazioni nutrizionali per i consumatori, adottate con la Pac nel 2021.

© Riproduzione riservata


28 DIRITTO D'IMPRESA ItaliaOggi

C'è crisi? Rate congelate

Si può chiedere lo stop al rimborso dei prestiti

Dealcolati, l'Ue cambia le etichette

Aeroporti, 100 milioni alla gestione del rischio

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK



1,35 mld €
vendite Evo in gdo
(+32,8%)

9,62 €/L
prezzo medio Evo
(+2,26 €/L)

139,5 mln €
vendite olio oliva in gdo
(+13,7%)

Extravergine
dal ritorno alle promozioni il rilancio dei consumi?

Il numero di famiglie acquirenti ha avuto un leggero calo, ma si riduce soprattutto l'acquisto medio per atto: la dinamica prezzi, dove l'ago della bilancia è la Spagna, continua a condizionare il mercato

a cura di **Patrick Fontana**

Continua a essere **centrale il tema del prezzo negli scenari di mercato dell'olio evo.** A causa di forti aumenti dei costi delle materie prime, i consumi di oli da olive hanno subito nel corso degli ultimi due anni una consistente contrazione. **La decrescita è legata principalmente al segmento dei Classici, che registra un aumento di prezzo di oltre il 40%.** Crescono invece il 100% Italiano, che beneficia di un aumento del prezzo inferiore rispetto agli extravergini di origine comunitaria e non, seguito poi dal Biologico e dal Non filtrato. Il numero di famiglie acquirenti ha avuto un leggero calo. **A ridursi è soprattutto l'acquisto medio per atto: si continua a comprare la categoria, ma si acquistano tendenzialmente meno unità rispetto al passato e in formati inferiori al litro.** Nel 2024 globalmente il consumo dell'evo ha visto una contrazione di volumi pari al 2,8% a fronte di un forte crescita del valore (+32,8%) dovuto all'incremento di 2,26€/L del prezzo medio rispetto al pari periodo. Il divario contenuto, a livello di prezzo, tra comunitario e 100% italiano ha determinato un aumento della quota di quest'ultimo all'interno dei consumi. Se guardiamo i dati, possiamo osservare come su un totale di 141,8 mln/L circa 50,6 sono di italiano e 85,6 di comunitario, a causa di un delta prezzo €/L di circa 2 euro tra gli 11 dell'italiano e i 9,07 del comunitario (dati NIQ Tot Italia 52 settimane al 24/11/2024). **Sull'evoluzione (positiva) della dinamica produttiva non mancano però i timori di un ritorno allo svilimento dei prezzi.** Il prossimo anno la ricca campagna olearia registrata in Spagna e Grecia consentirà il ritorno di prezzi aggressivi sul mercato per gli oli comunitari, mentre al contrario il 100% italiano sarà ancora più scarso a livello quantitativo e conseguentemente il prezzo s'impennerà. Tutto ciò determinerà una contrazione delle scelte verso l'olio nazionale a favore di quello comunitario.

Daniele Colombo

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

RETAIL & INDUSTRIA

Mercato dell'olio di oliva

a cura di
Majed Saedi - NIQ

Trend Italia

» **Il mercato dell'olio di oliva** registra nell'ultimo anno un giro d'affari pari a 139 mln di euro a totale Italia, evidenziando un trend positivo a valore (+13,7%) ma non a volume, con una decrescita del -14,2%. All'interno delle quattro Aree NielsenIQ, il mercato dell'olio di oliva cresce solo a valore, mentre cala a volume, **con una particolare attenzione all'Area 4, che subisce il calo maggiore (Val. +4,4%; Vol. -20,7%; sales location Lit 13,6%).** Segue l'Area 1 -con il 50,8% di incidenza sui volumi generati (la prima tra le aree), registra il trend di crescita a valore migliore (+16,8%) mentre rimane in calo a volume (-12,7%). Infine, Area 2 e 3 -con volumi generati rispettivamente di 22,6% e 13,0%-registrano un trend positivo a valore (Area 2: +15,7%; Area 3: +8,8%), mentre in volume seguono il trend di calo generale (Area 2: -11,9%; Area 3: -16,2%). **Tra i canali distributivi emergono i Supermercati** (quota a volume del 42,8%; +2,1pt), seguono gli Ipermercati (quota a vol. 25,3%; +0,9pt) e i Discount (quota a vol. 20,9%; -2,8pt). Infine ci sono **i Liberi Servizi che generano l'11,1% dei volumi, e rimangono quasi flat rispetto all'anno scorso (-0,2pt).** Quasi tutti i canali registrano una crescita delle vendite a valore (Iper: +18,5%; Super: +19,8%; Liberi Servizi: +13,1%), con l'eccezione dei Discount che calano (-1,9%). Tutti hanno un trend negativo a volume (Iper: -11,0%; Super: -9,7%; Liberi Servizi: -15,6%; Discount -24,4%). **Si è registrato un aumento sostenuto del prezzo medio €/Lt su tutti i canali** (8,94 €/Lt; +32,5% a Totale Italia) con l'aumento maggiore in Area 1 (+33,9%). Positivo l'andamento delle promozioni a Totale Italia (17,2%; +6,3 Delta Punti), la crescita è guidata principalmente da Area 1: 23,3% (+7,0 Delta Punti). Invece si registra un calo del numero medio di referenze: 2,7 (-3,2%).

Segmentazione reparto oli in gdo
(mercato Italia - anno terminante ottobre 2024)

	Vendite in mln €	Prezzo €/L	Referenze
Totale Extravergine	1.351	**9,62**	14,9
Italiano	479	**11,01**	6,6
Dop/igp	63,5	**14,45**	2,8
Ue	759,6	**9,07**	7,1
Extra-Ue	48,8	**9,17**	1,4
Olio di oliva	139,5	**8,94**	2,7
Sansa	18,2	**5,15**	1,1
Olio di semi	462,5	**2,08**	11,3
Totale Oli	1.971	**5,16**	28,4

Fonte: NIQ

La differenza prezzi per tipologia distributiva
(valori medi in euro/litro)

	Extravergine	Oliva	Semi
Ipermercati	9,25	**8,82**	2,37
Supermercati	9,66	**8,82**	2,32
Discount	10,07	**8,29**	1,71
Liberi servizi	9,89	**9,13**	2,24

Fonte: NIQ

Negli ultimi otto anni il mercato dell'olio di oliva ha perso 27 punti complessivi, in parte a causa dei costi, in parte a causa di prodotti di minor valore qualitativo. I condimenti di oliva sono stati sostituiti con altri condimenti a base di miscele di oli di semi, con benefici sul budget familiare: in media, l'olio evo si colloca a 9 euro mentre i condimenti a base di olio di semi a 4 euro

Con il ritorno di una maggiore disponibilità di materia prima oliva di qualità, i prezzi del comparto saranno destinati a calare in maniera rilevante. La dinamica porterà a un conseguente riposizionamento verso il basso di tutto lo scaffale. L'industria stima che non si raggiungeranno né i prezzi troppo bassi del periodo pre-crisi della materia prima (con promozioni a 2,99 euro per esempio), né i corrispondenti valori di pressione promozionale.

187438

CREEMLAB.

GDOWEEK

Mercato degli oli di semi

a cura
di Daniele Colombo

SCENARIO

Nel mercato degli oli di semi, che aveva subito forti oscillazioni legate al conflitto in Ucraina, la situazione è rientrata in una relativa normalità. Tuttavia questo comparto rimane, per sua natura, sempre esposto non solo a dinamiche agronomiche, ma anche valutarie e geopolitiche, che quindi possono improvvisamente e rapidamente impattare sui costi delle materie prime e sui prezzi al consumo. In anni in cui il carrello degli italiani è diventato pesante a causa dei prezzi in crescita, anche i consumi degli oli vegetali sono stati messi a dura prova.
Alla luce dell'andamento dei mercati delle materie prime degli oli di semi **per il 2025 si prospetta un anno più complicato di quello appena concluso.** L'aumento repentino dei prezzi per tutti gli oli di primario utilizzo (girasole, arachide e girasole alto oleico) si riverbererà velocemente sugli scaffali dei retailer che erano tornati da poco ai livelli di prezzo precedenti alle impennate del 2023, creando disorientamento nel consumatore finale, **con il rischio che vengano limitati gli acquisti in attesa di un ribasso del prezzo (che, però, non dovrebbe concretizzarsi nel breve periodo).**

Condimenti di semi, segmentazione in gdo
(mercato Italia - anno terminante ottobre 2024))

	Valore mln €	Prezzo €/L	Referenze
Girasole	244,9	**1,66**	3,4
Mais	63,7	**3,10**	2,3
Arachidi	50,9	**3,37**	1,7
Frittura	44,9	**2,23**	2,4
Soia	5,4	**2,87**	1,2
Miscele	21,4	**1,94**	1,6
Altri semi	31,3	**4,87**	2

Fonte: NIQ

Semi, visibilità per tipologia distributiva

	Referenze
Ipermercati	31,0
Supermercati	15,6
Liberi servizi	8,2
Discount	8,2
Drugstore	1,9

Fonte: NIQ

Benefit

L'attenzione del consumatore ai prodotti sullo scaffale si traduce in un manifesto apprezzamento verso quegli oli che danno benefit concreti e tangibili in termini di performance come, per esempio, il nuovo olio per frittura Zucchi Fritto Libero! Presentato al mercato a marzo 2024, ha subito ottenuto performance di rilievo. È caratterizzato da una formulazione che riduce della metà gli odori di utilizzo in cucina con un elevato punto di fumo pari a 230°C.
È stato sviluppato con la supervisione del dipartimento di Scienze del Suolo, della Pianta e degli Alimenti dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro. Il contesto ha stimolato la nascita di nuove soluzioni di qualità, più accessibili a livello di prezzo, come i condimenti aromatizzati.
Sasso, marca della tradizione olearia, ha presentato un innovativo progetto che unisce il meglio degli oli di semi e la tradizione degli oli di oliva. Sasso Condimento è a base di olio di semi di girasole e olio extravergine di oliva, aromatizzato alle erbe mediterranee, che si propone come alternativa di qualità e con prezzo accessibile per i vari utilizzi in cucina.

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

RETAIL & INDUSTRIA

Le strategie del retail

a cura di
Alessandra Bonaccorsi

STORE CONCEPT

» Gli elementi imprescindibili dello store concept, sviluppato appositamente per il mercato italiano, sono **chiarezza dello scaffale e varietà dell'offerta** che, pur essendo contenuta rispetto ad un supermercato tradizionale, deve essere in grado di soddisfare molteplici esigenze. **L'85% dell'offerta Aldi a scaffale è caratterizzata da prodotti a marca privata.** Tra le referenze figurano l'Olio Extra Vergine 100% italiano, sia filtrato che grezzo, a marchio I Colori del Sapore e l'Olio Extra Vergine di Oliva Terre di Bari della linea Regione che Vai, mdd simbolo della regionalità e dell'italianità dell'offerta. **A scaffale non mancano le proposte di olio di semi di girasole, mais, semi vari, semi di arachide e per friggere, disponibili periodicamente anche in formati convenienza,** a brand Bellasan. L'offerta è integrata da marche leader del comparto. Ne deriva un assortimento compatto e completo, organizzato in modo intuitivo per permettere una spesa semplice e veloce. Negli store della rete, le referenze di olio di oliva e olio di semi si trovano nel comparto dei condimenti, accanto a salse, dressing e aceto.



CLAUDIO BARBIERO
DIREZIONE COMMERCIALE DI COAL (VÉGÉ)

» Per quanto riguarda gli store a insegna Coal, la gestione del comparto olio extra vergine d'oliva è inserita nel contesto del grocery. **Normalmente viene collocato adiacente al reparto dei pomodori e pelati o alle conserve di verdure.** Dipende anche dalle infrastrutture del negozio. In totale il comparto olio evo conta una cinquantina di referenze. La suddivisione avviene principalmente tra comunitari, 100% Italiano, non filtrati e a denominazione protetta.

Per la mdd, l'insegna dispone inoltre di sei tipi di olio evo, tre premium a marchio Tentazioni del Buongustaio (un fruttato leggero 100% italiano, una referenza di Dop appennino Abruzzese da mezzo litro e un altro 100% italiano sempre di provenienza Abruzzese). Completano l'offerta altri tre oli a marchio Coal di cui uno comunitario da 0.5lt, un secondo comunitario da 1 lt e un'oliva semplice comunitario da 1 lt. In generale, si assiste all'immissione nel mercato da parte della Idm di oli misti oliva/semi, oli aromatizzati e confezioni spray (che sembrano apprezzate dal cliente per i pasti fuori casa).

PREZZEMOLO&VITALE supermercati di qualità

» L'aumento del prezzo esponenziale dell'olio d'oliva comunitario ha ridotto il divario con l'olio italiano. Questo ha dato **l'opportunità di valorizzare la produzione italiana, puntando sulla qualità e la distintività degli oli dop e igp, delistando dall'assortimento tutte le referenze di olio comunitario.** Per il 2025 l'insegna è in fase di revisione assortimentale, sulla base di nuovi scenari offerti dal mercato. Tra l'altro, le ultime tendenze di acquisto mostrano un interesse crescente verso oli extravergine di oliva di alta qualità, spesso provenienti da frantoi di tradizione, con un legame forte con il territorio, oli biologici e sostenibili prodotti con metodi di coltivazione rispettosi dell'ambiente ed infine oli spray anche aromatizzati.

★ ***La politica di pricing in Prezzemolo&Vitale è differenziata in base alla qualità e alla provenienza dell'olio.*** *Le promozioni includono le offerte speciali su oli selezionati, spiega Giuseppe Pillitteri responsabile area prodotto di Prezzemolo&Vitale (Coralis)*

★ *N**el comparto dei condimenti oleosi la marca del distributore incide sul 46% delle vendite a volume,** mentre a valore pesa per il 35%. Nell'ultimo anno la mdd ha fatto registrate un incremento delle referenze vendute di oltre 4 punti percentuali. **Si è assistito a un contenimento dei prezzi nei discount, mentre gli altri canali della gdo hanno visto gli stessi schizzare verso l'alto.** Il divario del costo medio al litro fra discount e ipermercato sulle referenze mdd è salito a 1,83 euro.*

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

Store Check

a cura di
Alessandra Bonaccorsi

Super vs ipermercato

» I due formati scelti per un confronto di comparto sono un supermercato e un ipermercato, **il primo situato in periferia, il secondo locomotiva alimentare di un centro commerciale, entrambi in Area 4.**

Il supermercato ha sistemato le bottiglie di olio d'oliva sulla corsia posta di fronte alle salse, accanto a sottoli e sottaceti. L'esposizione è orizzontale e si articola su sei scaffali. Tra i formati, il più numeroso è quello da un litro. Tra le innovazioni di packaging, c'è anche la disponibilità della confezione con spray per dosare l'olio da usare come condimento.

L'ipermercato espone le referenze di olio oliva in una delle corsie dedicate al grocery, lungo la quale sono presenti anche aceto, sughi, dadi, brodi, spezie e conserve. Cinque gli scaffali con un'esposizione orizzontale e una comunicazione (con etichette a scaffale) che evidenzia l'italianità di alcuni prodotti, oltre ovviamente alle offerte.

	Supermercato	Ipermercato
Referenze totali	21	**35**
Referenze mdd	2	**7**
Marche ldm	12	**11**
Promozioni	1	**8**

COAL

» Lo scorso anno il fatturato è cresciuto notevolmente a causa degli aumenti importanti della materia prima: era impossibile trovare una bottiglia d'olio evo fuori offerta a meno di 10 euro al litro, mentre le offerte difficilmente scendevano sotto i 7 euro/L. Per contro, i volumi dell'olio evo hanno subito una contrazione importante. **In un panorama come quello descritto ovviamente il cliente si è indirizzato verso le bottiglie da 750 ml. Ma non è tutto: si è vista una ripresa nei volumi dell'olio di semi** e qualche brand dell'Idm ha immesso sul mercato oli misti semi/oliva. Il centro Italia, zona di copertura del retailer, è un territorio di produzione e, di conseguenza, l'olio evo ha un alto indice di consumo, ovviamente costituisce un bisogno che non può mancare nell'offerta promozionale dell'insegna.



GIUSEPPE PILLITTERI
RESPONSABILE AREA PRODOTTO DI PREZZEMOLO&VITALE (CORALIS)

» **Il reparto offre oltre 50 referenze, esclusivamente di olio extravergine di oliva,** di provenienza italiana. Sono diverse **le referenze dop e igp con molte mono-cultivar,** così come vari sono i formati in assortimento dalle lattine alle bottiglie di vetro. Con il marchio Giu Giu **l'insegna presenta tre referenze di oli monocultivar siciliani biologici (Nocellara, Biancolilla e Cerasuola)** in vari formati mentre con il marchio Le Eccellenze di Prezzemolo&Vitale sono proposte una linea di olio 100% italiano e una referenza Igp Sicilia. In questo settore, l'innovazione si traduce in una selezione di **oli con caratteristiche uniche: monocultivar, oli da olive raccolte a mano, spremitura a freddo. "**Per la loro promozione, organizziamo degustazioni in store per far conoscere ai clienti i diversi oli e guidarli nella scelta di acquisto". Negli store della rete, in generale, il reparto è posizionato vicino al reparto pasta, sughi e condimenti, per creare un percorso d'acquisto logico e stimolare acquisti complementari.

PREZZEMOLO & VITALE
supermercati di qualità

» Il reparto è gestito con un focus sulla qualità e l'autenticità. **L'insegna, attiva in Sicilia con supermercati dislocati a Palermo e zone limitrofe, si impegna a selezionare con cura i fornitori, privilegiando produttori locali e oli dop e igp.** Il personale è formato per illustrare ai clienti le caratteristiche dei diversi oli proposti, i metodi di produzione e gli abbinamenti gastronomici più indicati.

ALDI

» Nonostante sia aumentata l'attenzione al risparmio, con la conseguenza che il prezzo gioca inevitabilmente un ruolo fondamentale nelle scelte di acquisto, la clientela è costantemente attenta alla qualità. **Circa l'80% delle proposte alimentari nasce dalla collaborazione continuativa con fornitori locali, selezionati e certificati, espressione delle eccellenze della filiera agroalimentare.** L'attenzione e la valorizzazione delle eccellenze Made in Italy sono dunque aspetti cruciali dell'offerta .

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

Trend di consumo

a cura di Elena Presezzi - Eumetra

GRADIMENTO

» Gli ultimi mesi hanno visto un'impennata dei prezzi di numerose materie prime, tra cui anche quella delle olive, che ha riverberato sui costi dell'olio. Nonostante questo fenomeno, **i dati confermano la sostanziale attrattività dell'olio extravergine, con una penetrazione totale che si mantiene stabile e sempre sopra il 95%, negli ultimi 5 anni, e che vede addirittura un piccolo ritocco verso l'alto per i dati relativi al consumo frequente, che passa dal 75% del 2023 al 77% del 2024.** Nell'analisi 2024, segnalammo come una delle motivazioni alla base del successo dell'olio evo fosse, tra le altre cose, un possibile guadagno di quote ai danni dell'olio di oliva, spesso vissuto dai consumatori come il fratello minore, poco usato per i consumi nobili, se non completamente sostituito dal solo extravergine per tutti gli usi familiari, a crudo ma anche a cotto. I dati dell'ultimo anno sembrano, invece, mettere in evidenza **una redistribuzione dei consumi** che, senza apparentemente toccare la propensione verso l'extravergine, tendono **a premiare anche gli altri oli**, con una crescita significativa proprio dell'olio di oliva e, in misura inferiore, anche dell'olio di semi e di miscele fra i due. L'olio di oliva nel totale dei consumi è cresciuto in un anno di ben 10 punti (dal 52% al 62%), anche in relazione al consumo frequente, che passa dal 22% del 2023 al 27% del 2024. **Diminuisce la quota dei non consumatori di olio di oliva,** che scendono al 38% del 2024.

Diversificazione

» Un piccolo ritocco verso l'alto anche in relazione ai consumi dell'olio di semi, che a totale passa dal 79% del 2023 all'82% del 2024, e nel consumo frequente dal 18% del 2023 al 19% del 2024. È naturale ipotizzare che si stia ritornando ad una maggiore diversificazione nella scelta degli oli per i consumi a tavola e in cucina.

La produzione di olio d'oliva in Italia è in calo strutturale: tra condizioni climatiche avverse, frammentazione produttiva (il 40% delle aziende olivicole ha meno di 2 ettari di oliveto), volatilità dei prezzi e della redditività, negli ultimi 20 anni i volumi di olive raccolte si sono ridotti di oltre il 30%, quelli di olio più del 38%, mentre il calo delle superfici si è limitato al 3%

Convenienza

» Nel corso del 2024 si è registrata una significativa crescita degli oli 100% italiani, favorita dal ridotto differenziale di prezzo rispetto a quelli comunitari. Questo scenario potrebbe sensibilmente cambiare nel corso del 2025, dato che il differenziale di prezzo tra i due segmenti si sta aprendo e tornerà a essere significativo, principalmente a causa della deludente campagna olearia italiana. Appare urgente investire per modernizzare la filiera olivicola italiana.

PRICING (a cura di Areté)

» **Le quotazioni a fine dicembre 2024 dell'olio extravergine di oliva comunitario stanno subendo importanti ribassi:** -25% sul mercato all'origine di Jaen tra inizio ottobre e fine novembre e -27% sui listini italiani. Le analisi di Areté mostrano che le quotazioni dell'olio evo di origine italiana appaiono invece restie a seguire lo stesso trend deflattivo (-4% nei primi due mesi di campagna, con un rimbalzo del +3,5% nella prima settimana di dicembre 2024). Nonostante una produzione di olio di oliva previsto in aumento a livello comunitario (grazie soprattutto al rimbalzo produttivo in Spagna) e nei principali Paesi produttori extra-UE (Tunisia e Turchia), l'aspettativa di un incremento anche di consumi ed esportazioni porta a prevedere **un processo di ricostituzione delle scorte piuttosto lento**. A questo si aggiunge la considerazione che per l'Italia la campagna 2024/25 sarà una campagna di scarica, in cui la produzione già fisiologicamente in calo rispetto allo scorso anno subirà anche gli effetti di condizioni climatiche sfavorevoli. **La congiuntura di campagna, in un contesto di scorte estremamente basse, appare particolarmente complicata nel contesto italiano.**

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

Extravergine

» La maggiore affinità e consuetudine per l'extravergine **tende a crescere con l'età e a raggiungere le punte di massima penetrazione presso i Boomers (dove il consumo frequente arriva all'86% dopo i 55 anni e sale addirittura al 90% dopo i 64 anni).** L'evo è infatti un prodotto in grado di far esprimere passione e competenza per la cucina; geograficamente è più presente nel Centro Italia, territorio elettivo di produzione. È più diffuso in due degli Stili Alimentari più alti ed evolutivi: **l'Armonico** (A) e **il Pioniere (B)** che detengono il primato dell'equilibrio e dell'apertura, ma più ancora della ricerca di un 'mangiar bene' in grado di coniugare piacere e progettualità salutistiche.

Olio di oliva

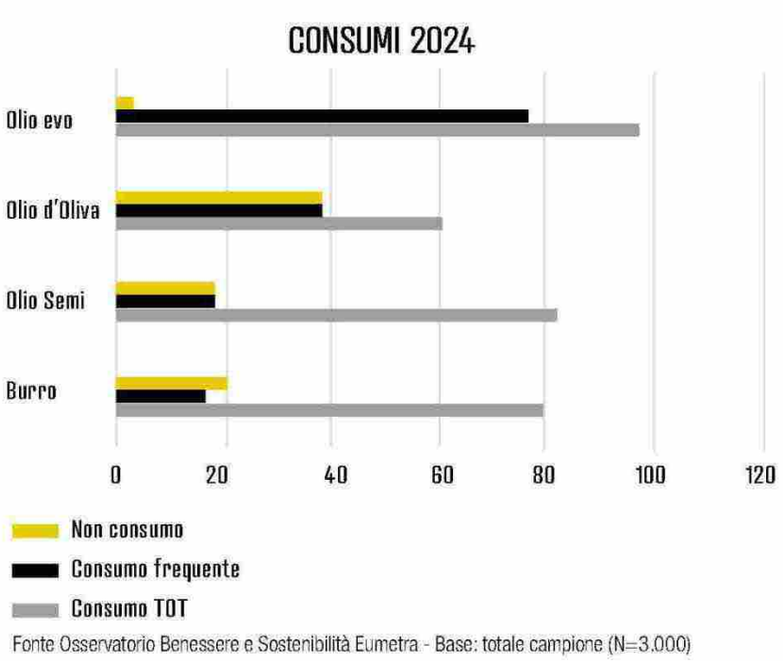
» È una tipologia di condimento che ha una diffusione decisamente più trasversale, un profilo tendenzialmente più giovane e, infatti, è presente con una maggiore concentrazione presso i Millennials. Geograficamente ha una lieve accentuazione al Sud, ma è ben presente anche al Nord. In relazione agli Stili Alimentari, è meno presente solo negli stili che prediligono l'evo, per il resto si 'spalma' un po' ovunque, con una maggiore concentrazione presso lo Stile Irrisolto (C), che si caratterizza per una minore competenza complessiva e una peculiare ricerca di gusto e piacere.

Olio di semi

» Complessivamente ha un profilo più dimesso, con una maggiore frequenza di consumo nei segmenti di popolazione di status e profilo più basso, ma anche tra le casalinghe (che probabilmente diversificano maggiormente gli utilizzi in cucina). È però particolarmente presente in due stili tutt'altro che poveri: ha infatti buona concentrazione negli Stili Irrisolto (C) e Appagato (G) che hanno come leitmotiv comune la ricerca della soddisfazione e dell'appagamento dei piaceri della tavola.

Il riferimento in famiglia è certamente l'extravergine

Consumi a confronto di Olio evo, Olio Oliva, Olio Semi, Burro
– Valori Percentuali –



Fonte Osservatorio Benessere e Sostenibilità Eumetra - Base: totale campione (N=3.000)

Preferenze

» Chi potrebbe pensare che gli italiani siano amanti esclusivamente del gusto dell'oliva in purezza, si sbaglia. Dall'indagine 2024 di Coop Alleanza 3.0 emerge che **una nicchia di consumatori non rinuncia al gusto dell'olio, ma lo declina in altre forme, utilizzando condimenti a base di extravergine d'oliva.** Il dato complessivo, riferito al 2024, registra quasi 70mila bottiglie vendute. In particolare, nelle vendite dei prodotti a marchio Coop, **in cima alle preferenze stanno gli oli al peperoncino (oltre 27.600 bottiglie vendute), seguite da quello al tartufo (12.000 pezzi venduti),** per concludere con il terzo posto occupato dal condimento con il basilico (7.000 bottiglie vendute).
Interessante evidenziare, inoltre, come gli italiani si dimostrino disponibili alla sperimentazione gastronomica, con le **oltre 100 bottiglie vendute di olio aromatizzato all'arancia.**

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

Focus sui produttori

da cura di
Daniele Colombo

OLEIFICIO ZUCCHI

Protagonista negli oli di qualità

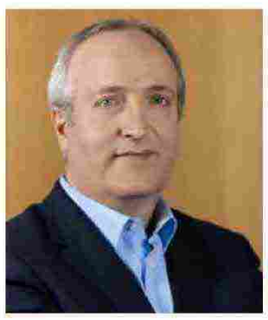


GIORGIO BELFIORE
DIRETTORE COMMERCIALE DIVISIONE CONSUMER DI OLEIFICIO ZUCCHI

Nell'ampia gamma di prodotti di Oleificio Zucchi, risalta l'Olio Extra Vergine di Oliva 100% italiano Sostenibile. È il primo proveniente da una filiera interamente tracciata e certificata sostenibile, certificato da Csqa, e **sta consolidando la sua presenza nella fascia premium sugli scaffali della gdo**. Una storia di qualità, che sposa valori ambientali, economici, sociali e nutrizionali. Il nuovo olio per frittura Zucchi Fritto Libero!, lanciato nel 2024, **è caratterizzato da una formulazione a base di olio di semi di girasole alto oleico** che riduce gli odori di frittura del 50% rispetto agli oli di girasole standard. Anche il packaging è stato progettato con l'obiettivo di valorizzare il prodotto, combinando un design accattivante. "Con il ritorno di una buona disponibilità di materia prima oliva di qualità, **ci aspettiamo un riposizionamento verso il basso di tutto lo scaffale** -spiega Giorgio Belfiore, direttore commerciale divisione consumer Oleificio Zucchi-. Quello che ipotizziamo è che non si raggiungeranno le offerte troppo basse del periodo pre-crisi della materia prima, ma si mantengano valori di pressione promozionale più tiepidi. L'intero scenario sta assecondando un aumento dei consumi di oli di qualità, all'interno del quale l'azienda può svolgere un ruolo da protagonista".

MONINI

Nuovo packaging a scaffale

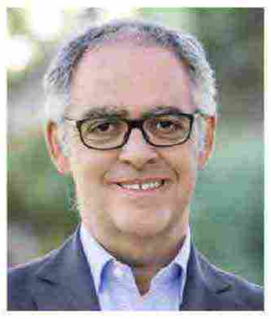


LORETO ANGELUCCI,
DIRETTORE COMMERCIALE ITALIA DI MONINI

Monini ha definito una **nuova identità visiva di marca, che sarà innanzitutto veicolata da un nuovo packaging a scaffale** nel corso del primo semestre del 2025. Il restyling abbraccerà gli elementi chiave dell'identità: logo, bottiglia ed etichetta. Il nuovo logo, più deciso e contemporaneo, celebrerà la storia e gli elementi distintivi della marca e avrà un forte impatto visivo a scaffale. **La bottiglia presenterà una nuova forma del vetro, più elegante e curata nei dettagli,** per rinforzare la riconoscibilità e l'iconicità dei prodotti. "Siamo certi che la nuova identità visiva di Monini migliorerà la percezione di valore dell'olio extravergine di qualità" fa sapere Loreto Angelucci, direttore commerciale Italia di Monini. "Nel corso del 2024 si è registrata una significativa crescita degli oli 100% italiani.
A fronte della deludente campagna olearia italiana, appare sempre più urgente investire per modernizzare la filiera olivicola italiana. Negli ultimi quattro anni Monini ha dato vita all'ambizioso progetto Bosco Monini, che prevede la messa a dimora di un oliveto da oltre 700mila nuove piante e **ha appena concluso la sua prima raccolta da cui ha realizzato un eccellente extravergine 100% biologico.** L'obiettivo al 2030 è di raggiungere un milione di nuovi olivi".

SALOV

Consolidamento a livello internazionale



MAURO TOSINI
DIRETTORE COMMERCIALE DI SALOV

Gruppo industriale tra i principali player mondiali e primo operatore italiano del settore oleario, **Gruppo Salov punta a consolidare ulteriormente la sua posizione di riferimento sia sui mercati internazionali sia su quello italiano**, con particolare attenzione al rafforzamento del valore del marchio Filippo Berio. Il brand è presente in oltre 70 mercati nel mondo, risultando nelle prime posizioni in molti Paesi tra cui Stati Uniti, Regno Unito, Belgio, Svizzera e Hong Kong. "La dinamica di mercato, dovuta principalmente alla siccità sofferta nel bacino del Mediterraneo, si è finalmente interrotta con la nuova campagna olivicola che sta producendo secondo le aspettative un buon raccolto sia in termini quantitativi sia qualitativi -spiega Mauro Tosini, direttore commerciale di Salov-. Di conseguenza **i costi delle materie prime stanno scendendo a beneficio di prezzi più bassi,** che ragionevolmente saranno da stimolo a un progressivo recupero dei consumi, in Italia e nel mondo". Salov si muove anche nel segmento degli oli di semi, dove è presente a scaffale con il marchio Sagra. "Stiamo completando il passaggio alle bottiglie in Rpet 100% per tutti i formati".

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

RETAIL & INDUSTRIA

CARAPELLI

Progetti di sostenibilità e di filiera



CRISTINA NOFERINI
DIRETTRICE MARKETING E TRADE MARKETING DI CARAPELLI FIRENZE

» Per Deoleo rimane saldo l'impegno a sostenere il valore della categoria olio extravergine attraverso un costante focus sulla qualità, nuovi progetti di sostenibilità e la conferma degli accordi di filiera. **La gamma Carapelli sarà testimone di questa progettualità con l'introduzione della tracciabilità via QRcode** associata a tecnologia blockchain sul prodotto Il Nobile e una nuova identità visiva, dal grande impatto a scaffale, per la gamma mainstream. **"Il processo di normalizzazione prezzi è già iniziato e negli ultimi mesi, anche attraverso la ripresa delle attività promozionali, i consumi sono tornati a crescere"** sottolinea Cristina Noferini, direttrice marketing e trade marketing Carapelli Firenze. Il contesto ha stimolato la nascita di nuove soluzioni di qualità, più accessibili a livello di prezzo, come i condimenti aromatizzati. **Sasso ha presentato un innovativo progetto che unisce il meglio degli oli di semi e la tradizione degli oli di oliva.** Per intercettare l'evoluzione degli stili di cucina e il fortissimo trend di diffusione delle friggitrici ad aria, arriva la novità Spray per il brand Friol. **Il 2025 sarà poi l'anno di Giglio Oro, con un'evoluzione dell'identità visiva pensata per potenziare l'impatto a scaffale, e rafforzare ulteriormente la brand awareness.**

COSTA D'ORO

Nuova brand identity restyling generale



DANIELA PONTECORVO
CHIEF MARKETING OFFICER DI COSTA D'ORO

» Costa d'Oro sta investendo in un importante **progetto di rilancio del marchio, dal primo dicembre 2024, con una rinnovata brand identity.** Il restyling coinvolge tutti i prodotti della gamma, che si presentano ora con un design nuovo e un logo modernizzato. "L'obiettivo è quello di trasmettere un'immagine più premium e contemporanea, senza perdere il legame con i valori fondanti del brand, Terra, Persone, Passione" afferma Daniela Pontecorvo chief marketing officer. Tra le principali novità, il logo incorpora la data di fondazione e un monogramma esclusivo, destinato a diventare un elemento distintivo su tutti i touch-point. Inoltre **il 2025 vedrà il debutto di una bottiglia proprietaria, progettata per rafforzare l'impatto visivo e la percezione di qualità a scaffale.** "Tra le nostre soluzioni per sostenere il settore, rientra da un lato l'utilizzo di formati inferiori al litro per diminuire la battuta di cassa e dall'altro la continua spinta all'innovazione. A tal proposito c'è l'introduzione della tracciabilità in blockchain sulla gamma dei Classici, che aumenta la trasparenza sull'origine del prodotto e il lancio di Zero, il primo extravergine con Zero Pesticidi Residui". **In parallelo Costa d'Oro sta arricchendo la sua proposta con edizioni limitate di alta gamma.**

CORICELLI

Trasparenza e origine italiana



CHIARA CORICELLI,
PRESIDENTE E AD DI PIETRO CORICELLI

» Pietro Coricelli ha da poco concluso il restyling del brand Casa Coricelli che racchiude la linea di prodotti tracciati e made in Italy: olio evo 100% tracciato, profilo d'autore, olio Firmato dagli agricoltori italiani, **olio Dop Umbria, l'ultimo prodotto lanciato sul mercato e frutto di un accordo di filiera con Aprol Umbria, espressione di Coldiretti.** "Abbiamo scelto di puntare sul brand Casa Coricelli- spiega Chiara Coricelli, presidente e ad dell'impresa- costruendo un nuovo posizionamento orientato a trasmettere i valori di trasparenza e famiglia, valorizzare l'origine made in Italy, offrire ai consumatori un'esperienza di gusto unica attraverso la selezione del miglior olio italiano. **È stato rivisitato il logo, anche a livello visivo vi è il richiamo al concetto di casa, famiglia, tradizione,** mentre il colore verde simboleggia l'esperienza dell'olio". L'azienda cresce a volume del 27%, ben 30 punti percentuali più del mercato: risultati ottenuti soprattutto grazie alla spinta del brand Coricelli, che registra +43% rispetto all'anno precedente. **"Il segmento più performante nel canale retail è stato senza dubbio quello dell'evo 100% Italiano** dove, oltre a essere riferimento del segmento in termini di quota di mercato a volume, siamo leader di vendita a volume anche con Cirio Riserva Francesco Cirio Italiano".

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

FARCHIONI

Forti investimenti nel comparto agricolo



GIORGIO BELFIORE
DIRETTORE COMMERCIALE DIVISIONE CONSUMER DI OLEIFICIO ZUCCHI

»Le aziende italiane alzano il livello, grazie alla digitalizzazione, come fa Farchioni. Già coperti dalla certificazione ISO 22005 per le filiere agroalimentari, **per la prima volta in Italia l'azienda lancia tre oli extravergini italiani da filiera tracciata con tecnologia blockchain di Ibm:** l'olio evo 100% italiano, il Casolare Biologico e il Casolare 1780 Novello. Quest'ultimo è il primo olio Novello di Filiera Certificata 2024 sullo scaffale dei supermercati. **Con questo progetto il gruppo agroalimentare umbro con sede a Gualdo Cattaneo, in provincia di Perugia, prosegue nella valorizzazione dell'extravergine italiano.** Il progetto si aggiunge agli altri in corso: l'olivicoltura eroica, fondato su un patto di filiera siglato con un gruppo di olivicoltori di montagna; il Demeter (un "super bio"), le Dop regionali e, ultima nata, la Selezione Igp Roma, prodotta a Tuscania (Viterbo). Di recente Farchioni ha lanciato uno spot televisivo che punta sui valori di un prodotto naturale extravergine. "In più stiamo valorizzando i panel di degustazione per far sì che il consumatore possa conoscere meglio l'olio che acquista" spiega Giampaolo Farchioni, owner e manager di Farchioni Olii. **Con 800 ettari di uliveti di proprietà in Italia, Farchioni continua poi a investire nel comparto agricolo.**

BONOLIO

Sinergie per gli oli Dop e Igp



CARMELO ZAGARRÌ
DIRETTORE COMMERCIALE E MARKETING DI BONOLIO

»Bonolio punta a un maggiore coinvolgimento della distribuzione moderna **per valorizzare l'olio evo, in particolare quello siciliano tutelato dal marchio Ue.** È nata così l'associazione temporanea **Ats Olio Bono di Sicilia**, che ha messo a punto un calendario di eventi attraverso azioni concrete di promozione e tasting, formazione, e informazione. "Nelle medie e grandi superfici della distribuzione moderna **si terranno oltre 300 giornate di promotion instore, con degustazione e vendita assistita degli oli Igp Sicilia e Dop Val di Mazara** -fa sapere Carmelo Zagarrì, direttore commerciale e marketing Bonolio-. Negli store saranno allestiti dei banchetti brandizzati Ats Olio Bono di Sicilia, che consentiranno ai consumatori di conoscere l'olio siciliano certificato, chiedere informazioni, soddisfare curiosità e degustarlo". **A questa iniziativa si sommano una serie di altre operazioni** tra cui un convegno, svolto negli scorsi mesi, dal titolo Non scivoliamo sull'olio, che ha visto in prima linea l'azienda Bonolio e ha avuto tra i relatori i manager di Carrefour, Crai Futura, Conad: "Serve una collaborazione sinergica con il retail, vero e proprio tramite con il consumatore finale, per rendere gli scaffali intelligibili". Il legame con il territorio resta uno dei punti di forza dell'offerta di Bonolio.

BENVOLIO 1938

Sguardo agli usi alternativi



MARCO DAL SASSO,
CEO DI BENVOLIO 1938

»Tante le novità di Benvolio 1938 nel segmento altri oli, destinate alla gdo. **"Il nostro è un posizionamento premium** -rimarca il ceo Marco Dal Sasso-. Ci basiamo su una ricerca importante per usi alternativi degli oli; **creiamo prodotti sulla base anche della richiesta dei clienti e spieghiamo bene gli usi a scaffale.** Puntiamo molto su innovazione di prodotto, ma anche di packaging, per effetti sulla salute e cosmetica". La prima è un'innovativa linea di oli spray Benvolio Olyxir, che si compone di 4 referenze da 250 ml (di cui 3 bio), tra cui una per la friggitrice ad aria. Il prodotto principale della ricerca si chiama BioSynergie Oil Blend, composto da Mct (trigliceridi a catena media) di olio di cocco, olio di lino, olio evo ed estratto di rosmarino. **"Ha usi alimentari e cosmetici, per pelle e capelli, come molti altri nostri prodotti della gamma Total body Food.** Ha un grande contenuto di omega 3; grazie agli Mct da olio di cocco va molto bene per le diete chetogeniche, l'olio evo e l'estratto di rosmarino danno gusto e qualità antiossidanti". Le altre referenze sono un olio di girasole alto oleico per la friggitrice ad aria, bio, con estratto antiossidante di rosmarino; un olio MCT da cocco bio, e un olio di semi d'uva (non bio), entrambi anche per usi cosmetici. Altre novità riguardano un olio di avocado deodorato e un olio di noci bio.

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

GDOWEEK

RETAIL & INDUSTRIA

DE CECCO

Consolidamento della brand identity



CARLO AQUILANO
DIRETTORE COMMERCIALE DI DE CECCO

» "Nei prossimi mesi la ricca campagna olearia in Spagna e Grecia comporterà il ritorno di prezzi aggressivi sul mercato per gli oli comunitari, mentre il 100% italiano sarà ancora più scarso a livello quantitativo e il suo prezzo s'impennerà. Tutto ciò determinerà una contrazione dei consumi dell'olio nazionale a favore del comunitario" fa notare Carlo Aquilano direttore commerciale di De Cecco. **L'impresa si è dunque mossa sul fronte del consolidamento dei rapporti di filiera. L'Olio Extravergine d'oliva Il Classico 1L è il prodotto più performante dell'azienda che punta a un restyling del layout grafico per enfatizzare la propria brand identity.** "Andrà a lavorare sui codici e le cromie proprie della Pasta -fa sapere Aquilano-. Siamo inoltre orgogliosi di dare l'annuncio di una sinergia identitaria ispirata dalla tradizione e fondata sulla tensione continua all'eccellenza: abbiamo intrapreso una partnership di livello con il Napoli Calcio, dei quali siamo Global Partner per l'Olio Extravergine. Il nostro brand è nel mondo quello che il Napoli rappresenta nel calcio: abbiamo entrambi una lunga storia alle spalle che rappresenta la migliore garanzia per dare il massimo ai nostri tifosi".

BONAMINI

In Esselunga con un prodotto pluripremiato



GIANCARLO BONAMINI
MAESTRO OLIVOCOLTORE DEL FRANTOIO BONAMINI

» Collaborare con i retailer è un percorso importante per Bonamini. **La filosofia aziendale, da quasi 60 anni, è sempre stata quella di produrre olio extravergine di oliva di altissima qualità, puntando sull'eccellenza certificata.** "Per il 2025, pur non avendo introdotto nuove referenze specifiche per la gdo, confermiamo con orgoglio la nostra collaborazione con Esselunga attraverso il nostro prodotto di punta, l'Olio Extravergine di oliva Dop Veneto-Valpolicella -fa sapere Giancarlo Bonamini, Maestro Olivocoltore del Frantoio Bonamini-. **Questo olio ha appena conquistato, per il sesto anno consecutivo, il punteggio massimo di 100/100 nella guida Flos Olei 2025, entrando nella prestigiosa Hall of Fame.** È fondamentale educare e avvicinare le persone alla cultura dell'olio extravergine di qualità. Avere una collaborazione stabile con un partner affidabile ci consente di pianificare meglio la produzione, sostenendo la nostra filiera locale in modo ancora più efficace. Il settore dell'olio extravergine d'oliva ha affrontato sfide importanti legate ai cambiamenti climatici, all'aumento dei costi di produzione e alla fluttuazione dei consumi. Tuttavia, cresce la consapevolezza sull'importanza di una dieta sana, rafforzando la domanda di oli di alta qualità".

JOE&CO

Maggiore visibilità a scaffale



NICOLA DE PALO
DIRETTORE VENDITE DI JOE&CO

» Completo restyling anche per la gamma **Crudolio, brand di punta di Joe&Co, con un focus particolare sull'olio extravergine di oliva biologico.** Grazie a un design moderno e accattivante, studiato per attirare l'attenzione del consumatore "l'aggiornamento mira a migliorare la visibilità sugli scaffali e a rafforzare l'identità del brand evidenziando i valori di trasparenza, qualità e sostenibilità" sottolinea Nicola De Palo, direttore vendite Joe&Co.
Le nuove etichette offrono informazioni chiare e dettagliate sull'origine delle materie prime e sul processo produttivo. **L'azienda ha integrato soluzioni sostenibili nel packaging, utilizzando materiali riciclabili e promuovendo una riduzione dell'impatto ambientale.**
"La domanda di olio extravergine (e di altri oli) si trova oggi a un bivio: da un lato si registra una crescente attenzione verso prodotti di alta qualità e origine certificata, guidata da un consumatore sempre più informato e attento alla propria alimentazione, dall'altro il mercato deve affrontare sfide legate alle sempre più frequenti fluttuazioni dei prezzi, conseguenza anche dei cambiamenti climatici. Joe&Co risponde a questa situazione proponendo prodotti biologici e investendo in trasparenza e qualità".

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

Mais, grano e soia: a rischio il primato dei farmer Usa

Materie prime

Stati Uniti ancora potenza agricola, ma insidiata da Brasile, Argentina e Russia

Sissi Bellomo

Soia soprattutto. Ma anche mais, grano, carni. La bufera dei dazi è tornata a soffiare sui mercati e sull'economia globale, con una violenza senza precedenti. E sul settore agricolo in particolare rischia di lasciare segni indelebili, benché non ancora del tutto prevedibili. Quasi certamente – a dispetto degli obiettivi di Donald Trump – si ci saranno ulteriori danni per i coltivatori statunitensi, che non si sono mai ripresi dalle conseguenze negative della guerra commerciale che lo stesso presidente repubblicano aveva scatenato nel 2017-2018, durante il primo mandato alla Casa Bianca.

Quanto al resto del mondo, il quadro è influenzato da molte variabili che offuscano le previsioni, compreso l'accordo di ieri tra Russia e Ucraina, mediato proprio dagli Usa, per ristabilire la sicurezza della navigazione nel Mar Nero (si veda a pagina 12). Entrambi i Paesi sono tuttora grandi esportatori di cereali, con livelli simili a quelli ante guerra, e non c'è un embargo contro le forniture da Mosca, ma si presume che Washington sia pronta a revocare le sanzioni contro la banca agricola Rosselkhozbank e altri intermediari. La Casa Bianca ha infatti dichiarato che gli Usa «aiuteranno la Russia a recuperare l'accesso al mercato globale» dei prodotti agricoli e dei fertilizzanti.

Anche questi accordi possono pesare sulle quotazioni dei cereali, che come quelle della soia sono già che i semi di soia erano scesi qualche mese fa ai minimi da quattro anni (rispettivamente sotto 10 $ e sotto 4 $/bushel), poi sono un po' risaliti, ma ci sono le premesse perché tornino a indebolirsi. Con l'entrata in vigore dei primi dazi e controdazi, i fondi d'investimento dall'inizio di marzo hanno cominciato a tagliare drasticamente l'esposizione rialzista e nel caso del mais si sono spostati in maggioranza su posizioni corte, in pratica "scommesse" su futuri ribassi.

Al di là delle apparenze non è detto che la discesa dei prezzi provochi esclusivamente ricadute benefiche, in particolare sui consumatori finali, ultimo e impotente anello di una complessa catena di rifornimento destinata giocoforza a riorganizzarsi, con un processo che non sarà indolore.

Gli analisti considerano inevitabile un'ulteriore redistribuzione dei rapporti di forza tra le maggiori potenze agricole mondiali, che potrebbe favorire – a scapito degli Usa – soprattutto Brasile, Argentina, Australia, forse anche la Russia. L'Unione europea, che da un lato potrebbe rosicchiare anch'essa qualche quota di mercato supplementare, dall'altro rischia però dazi pesanti a causa del forte surplus commerciale nei confronti degli Stati Uniti e molti di questi dazi potrebbero focalizzarsi proprio sulla filiera alimentare e vitivinicola. I coltivatori europei sono inoltre esposti al pericolo di dumping, in caso di eccedenze di prodotti in cerca di uno sbocco su mercati alternativi agli Usa. E al tempo stesso potrebbe scatenarsi una maggiore concorrenza per i rifornimenti di prodotti agricoli per cui non siamo autosufficienti: molti Paesi cercheranno tutti insieme di riorientare gli ordini, privilegiando i fornitori meno costosi o considerati meno ostili.

Come nell'Oil&Gas anche in da protagonisti sulla scena globale. L'anno scorso si sono riconfermati al vertice della classifica mondiale degli esportatori sia in termini di volumi (balzati del 22% a oltre 150 milioni di tonnellate) sia in termini di valore, per quanto su livelli simili a quelli del 2023: 191,2 miliardi di dollari (i semi di soia sono la prima voce con 24,5 miliardi, benché in calo del 12%, seguiti dal mais con 13,9 miliardi e dalle carni bovine con 10,5 miliardi, entrambi in aumento del 5-6%). La posizione di predominio appare tuttavia meno solida di un tempo e sempre più difficile da difendere.

Nonostante i numeri siano ancora da giganti, l'agricoltura Usa oggi è un gigante dai piedi d'argilla: indebolito dalla prima guerra commerciale di Trump, potrebbe essere inadeguato a soddisfare le aspirazioni della Casa Bianca, tra autarchia e mire di predominio globale. La Cina – maggiore importatore di prodotti agricoli al mondo – è tuttora il primo mercato di sbocco per gli Usa, che vi ricavano un quarto delle entrate del settore. Pechino però ha ridotto la dipendenza, diversificando i fornitori e aumentando la produzione locale. E altri Paesi nel frattempo hanno guadagnato peso come potenze agricole. Nell'ultimo decennio gli Usa sono stati spodestati dal trono di primi fornitori mondiali di soia e grano, superati rispettivamente del Brasile e della Russia. Restano i maggiori esportatori di mais, ma tallonati dall'Argentina, che si prepara al sorpasso. Intanto il conto delle importazioni agricole lievita, spinto da consumi più sofisticati o salutisti, come per gli avocado, un super food che negli Usa arriva soprattutto dal Messico.

Il risultato è che dal 2023 la bilancia commerciale del settore agricolo Usa – rimasta quasi sempre in attivo per oltre settan-

187438

REEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole 24 ORE

dipartimento dell'Agricoltura (Usda) ha previsto nel 2025 un deficit in salita a 49 miliardi di dollari, al netto dell'impatto di dazi e contro dazi. La guerra commerciale senza frontiere proclamata da Trump vorrebbe porvi rimedio, ma in realtà rischia di peggiorare le cose, denunciano le associazioni del settore, che si sono schierate contro nonostante proprio le aree del Paese a vocazione agricola – come il Midwest – siano tra i maggiori bacini elettorali del presidente. «Per il terzo anno di seguito gli agricoltori stanno perdendo denaro con tutte le maggiori colture – avverte l'American Farm Bureau Federation – Aggiungere ulteriori costi e ridurre i mercati per prodotti agricoli americani potrebbe creare un fardello economico insopportabile per alcuni».

Uno studio dell'Usda ha calcolato che la guerra commerciale del 2017-2018 ha inflitto danni per almeno 27 miliardi di dollari all'agricoltura statunitense, dovuti soprattutto al boicottaggio verso la soia: la Cina arrivò ad azzerarne le importazioni tra il 2018 e il 2019, prima della tregua intervenuta l'anno successivo, con la firma di accordi che la impegnarono a comprare prodotti «made in Usa» per 80 miliardi in due anni. I patti furono rispettati solo in parte, anche per via del Covid, e il Dragone non è mai tornato a rifornirsi dagli Usa come un tempo: la quota di importazioni di soia ad esempio ora è intorno al 20% – ancora importante ma dimezzata dal 40% circa del 2016 – mentre il Brasile (fornitore peraltro più economico, anche a prescindere dai dazi) è salito nello stesso tempo dal 46 al 76%.

Oggi le ostilità si sono riaperte, con un'aggressività ben superiore al passato. Trump accanto alla Cina ha subito preso di mira anche Canada e Messico: un terzetto che da solo assorbe (o forse sarebbe meglio dire assorbiva) più di metà delle esportazioni agricole degli Usa. Ottawa è anche il maggior fornitore di fertilizzanti degli Usa, origine dell'85% del potassio. Con i super-dazi su alluminio e gton si è inoltre esposta a ritorsioni anche da parte dell'Unione europea.

Molte misure sono state rinviate ad aprile e forse rimane qualche spiraglio per reciproche concessioni. Ma la Cina ha già sparato la prima salva, imponendo un carico supplementare tra il 10 e il 15% su tutti i prodotti agricoli Usa: soia, cereali, carni, frutta e verdura freschi, prodotti forestali. Inoltre il governo cinese ha iniziato a ritirare licenze di importatori stranieri, restringendo così la portata di esenzioni concesse in passato (i vecchi dazi non sono mai stati revocati).

Intanto anche altri Paesi hanno annunciato ritorsioni proprio contro l'export agricolo Usa. La Ue in particolare – accanto al mais, già colpito nel 2018 – ha messo per la prima volta nel mirino anche la soia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La Cina oggi è meno dipendente dagli Usa e ritorsioni sono state annunciate anche da Europa e Canada

6,2%

IN AUMENTO LE ASPETTATIVE DI INFLAZIONE NEGLI STATES
I consumatori statunitensi prevedono che l'inflazione a 12 mesi aumenti ancora e restano preoccupati per i prezzi di alcuni generi di prima necessità, come le uova, e sull'impatto dei dazi. È quanto emerge dalla fiducia dei consumatori del Conference Board di marzo. Il dato sull'inflazione a 12 mesi è salito dal 5,8% di febbraio al 6,2%.


Dazi, Trump continua la sua guerra ma crolla la fiducia dei consumatori Usa
Mais, grano e soia: a rischio il primato dei farmer Usa
L'India rinuncia alla digital tax per scongiurare i dazi americani
Vino, ferme le esportazioni italiane verso gli States prima dei dazi minacciati del 200%
LA TUA IMPRESA
con SIMEST si alleggerisce riducendo l'impatto energetico.

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

Il Sole
24 ORE

BLOOMBERG



Rischi per gli agricoltori Usa. La guerra commerciale di Trump potrebbe costare ai produttori di soia, grano, mais e carne

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

terra è vita

È la scommessa della Regione, con un bando specifico a valere sul Psr

L'olivicoltura va oltre la frammentazione

Questo tipo di criticità verrà superato attraverso la cooperazione, per la creazione e lo sviluppo di una filiera solida

La superficie olivata umbra sfiorava cinque anni fa i 30 mila ettari, con 23 mila aziende olivicole e oltre 200 frantoi: un quadro dal quale emergeva una frammentazione eccessiva da superare per conferire al settore un maggior dinamismo a livello di efficienza produttiva e di innovazione tecnologica e quindi anche di competitività a livello commerciale.
Da questa fotografia ha preso le mosse, appunto nel 2020, un bando specifico della Regione a valere sul Psr per superare tali criticità attraverso la cooperazione per la creazione e lo sviluppo della filiera per migliorare un asset che vale il 2% dell'olio italiano ed il 7% di extravergine Dop.
Il prossimo 30 aprile scade la rendicontazione degli interventi della misura 14.4.1, attivata a favore delle diverse filiere e solo a quel punto si avrà l'istantanea aggiornata del settore. Sulla base degli stati di avanzamento presentati al 15 dicembre 2024 è possibile stimare la realizzazione di 650 ettari di nuovi ettari e di 180 ettari in ristrutturazione tramite potatura di riforma. Il tutto a fronte di 3,8 milioni di euro di contributi che, con percentuali di finanziamento tra il 40% e il 60% a seconda dei soggetti beneficiari (favoriti i giovani e le zone svantaggiate), hanno attivato 7 milioni di euro di investimenti complessivi.
La Regione in parallelo ha sostenuto anche l'ammodernamento del sistema dei frantoi con tre diverse misure del Piano di sviluppo rurale: la 4.1.1 per gli impianti che lavorano le proprie produzioni; la 4.2.1 per i frantoi agroalimentari che operano in regime di conto terzi e, a valere sul Pnrr per 4 milioni di euro, risorse delle quali hanno beneficiato 33 frantoi.
Un aiuto al settore è arrivato anche tramite l'azione finalizzata a favorire l'insediamento giovanile, all'interno dei cui progetti figurano investimenti afferenti al settore olivo-olio, e dalla misura 16.4.1 dedicata ai progetti di ricerca e



Un momento di una delle varie iniziative targate Frantoi aperti (*foto P. P. Metelli - Strada Olio Dop Umbria*)

Dati in impennata per la dop Umbria

7.439 ettari coltivati a olivo e una filiera di 1.413 operatori inseriti nel circuito tutelato della dop Umbria: sono dati presentati ad "Anteprima Olio Evo dop Umbria", evento svoltosi a Spoleto in gennaio per presentare la nuova annata produttiva. Giunta alla sua quarta edizione, l'iniziativa della Strada dell'Olio e della Camera di commercio si caratterizza per un programma nel quale l'assaggio e la conoscenza dell'olio delle cinque sottozone della regione vengono accompagnate dalla promozione oleoturistica del territorio.
I dati produttivi estrapolati dal Sian evidenziano che le olive molite atte a divenire dop Umbria nella campagna olearia 2024 hanno superato le 9.400 tonnellate, il doppio rispetto al 2023; una quantità che, con una resa media del 12,55%, ha dato luogo in frantoio a 1,29 milioni di litri di olio atto ad essere certificato.
«Entro fine 2024 - ha spiegato Federico Mariotti, manager del 3A-Pta - sono stati effettuati 128 prelievi che hanno consentito la certificazione di 354 mila litri di dop Umbria, destinati a superare nei primi mesi del 2025 il mezzo milione di litri. Per quanto riguarda le caratteristiche chimiche e organolettiche si è riscontrato, rispetto alla campagna precedente, un miglioramento in termini di fruttato, amaro e piccante, con circa 250 campioni processati che hanno evidenziato antiossidanti tre volte il minimo di quanto previsto dal disciplinare».

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

terra è vita



Durante una degustazione dell'olio dop (*foto P. P. Metelli - Strada Olio Dop Umbria*)

sperimentazione.
Per la definizione delle scelte operative relative alle misure a favore del settore la Regione si è avvalsa della collaborazione del Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali dell'Università di Perugia. In particolare il professor **Franco Famiani** e il professor **Primo Proietti** hanno collaborato alla definizione degli obiettivi relativi alla parte agricola degli interventi, mentre per la parte inerente la trasformazione delle olive il contributo scientifico è arrivato dal professor **Maurizio Servili**.

Le varietà e i territori

In Umbria l'olio extravergine di oliva Dop è ottenuto dalle varietà Leccino, Frantoio, Moraiolo, San Felice, Rajo e Dolce Agogia.
La denominazione è accompagnata da una delle menzioni geografiche aggiuntive note come sottozone. La zona di produzione comprende infatti l'intero territorio regionale, ma al suo interno troviamo dei tratti distintivi che portano a identificare cinque diversi territori: Colli Assisi-Spoleto, Colli Martani, Colli Amerini, Colli del Trasimeno e Colli Orvietani. È una ulteriore riprova di come l'Umbria, seppur piccola, sia una miniera in termini di ricchezza di oli, grazie a situazioni orografiche, pedo-climatiche e varietali differenti.
Il disciplinare prevede questi abbinamenti:
- Colli Assisi-Spoleto: ottenuto dalle varietà Moraiolo (almeno 60%), Leccino e Frantoio (fino al 30%);
- Colli Martani: ottenuto dalle varietà Moraiolo (almeno 20%), San Felice, Leccino e Frantoio (almeno 80%);
- Colli Amerini: ottenuto dalle varietà Moraiolo (almeno 15%), Leccino, Frantoio e Rajo (fino al 85%);
- Colli del Trasimeno: ottenuto dalle varietà Moraiolo e Dolce Agogia (almeno 15%), Leccino e Frantoio (almeno 65%);
- Colli Orvietani: ottenuto dalle varietà Moraiolo (almeno 15%), Frantoio (fino al 30%), Leccino (fino al 60%).

Raccolta delle olive in un'azienda agricola della regione (*foto P. P. Metelli - Strada Olio Dop Umbria*)



Biodiversità e turismo

Da segnalare, all'interno di questo quadro, la presenza in Umbria di due risorse peculiari, una sul fronte della biodiversità e l'altra su quello ambientale, paesaggistico e turistico.
Nel primo caso si tratta della collezione mondiale Olea mundi, a Lugnano in Teverina, di oltre 1.200 olivi provenienti da 23 Paesi olivicoli del Mediterraneo, del Medio Oriente e delle nuove aree di coltivazione a rappresentare 263 varietà dall'Italia e 128 da altre nazioni. Sono i numeri della Collezione Mondiale di olivo Olea Mundi, a Lugnano in Teverina.
Nel secondo caso il riferimento è alla fascia olivata Assisi-Spoleto, novemila ettari con un milione e mezzo di piante, alcune delle quali millenarie: in attesa di essere riconosciuta quale "bene culturale dell'umanità per l'Unesco", con la candidatura in fase di valutazione, la fascia può già fregiarsi del riconoscimento internazionale di Sistema del patrimonio agricolo di rilevanza mondiale della Fao. ■ **Gi.Sa.**

Frantoi aperti fra degustazioni e visite guidate

Storico evento bandiera della produzione olearia umbra è Frantoi aperti, che si svolge in cinque fine settimana tra ottobre e novembre, con le date che hanno conosciuto negli ultimi anni una leggera anticipazione rispetto a quelle tradizionali che arrivavano a toccare anche dicembre, adeguandosi ai tempi più precoci di lavorazione delle olive.
Il filo conduttore della manifestazione è infatti quello di avere i frantoi protagonisti, quali luoghi di degustazioni, visite guidate e sede di eventi: sono stati quasi 200 quelli ospitati nelle 40 strutture aderenti all'ultima edizione, a cui vanno sommati quelli promossi direttamente in piazza dai Comuni. La Strada dell'olio si spende al massimo mettendo poi in campo altri 180 eventi tematici. Si proverà a fare ancora meglio con la XXVIII esima edizione in programma dal 18 ottobre al 16 novembre 2025.
Ad organizzare Frantoi aperti è la "Strada dell'olio extra vergine di oliva Dop Umbria" nata nel 2004 per valorizzare i territori ad alta vocazione olivicola della regione. A guidare la "Strada" è Paolo Morbidoni, che è anche presidente della Federazione Nazionale delle Strade del vino, dell'olio e dei sapori, che raggruppa 80 Strade italiane.

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

CORRIERE DELLA SERA

«Le tariffe sono un boomerang, a rischio 2 miliardi di esportazioni»

Frescobaldi: ora barriere anche dal Canada

L'intervista

di **Emily Capozucca**

L'industria del vino italiano rischia di pagare un prezzo altissimo nella guerra commerciale tra Stati Uniti e Unione europea. Le minacce di Donald Trump di imporre dazi del 200% sul vino europeo mettono a rischio un export di quasi 2 miliardi di euro solo per l'Italia. «L'escalation delle guerre commerciali genera situazioni grottesche in cui a perdere sono tutti» ha affermato Lamberto Frescobaldi, presidente dell'Unione italiana vini (Uiv).

Quali sarebbero le conseguenze economiche dirette per il settore vitivinicolo italiano se i dazi venissero effettivamente applicati?

«Sarebbe una catastrofe. Smetteremmo di lavorare. L'Ue perderebbe circa 4,9 miliardi di export, ovvero il monte totale delle esportazioni dirette Oltreoceano».

Lei ha sottolineato che per ogni euro di vino importato si generano 4,5 euro nell'economia statunitense. Può spiegare meglio quali settori americani verrebbero colpiti da questa misura?

«Oltre ai produttori italiani, il colpo ricadrebbe anche sulle aziende americane. Ci sono organizzazioni di vendita, importatori, distributori e aziende che investono in comunicazione e marketing per promuovere i vini europei. Gente che lavora con il Prosecco, il Brunello, il Chianti, che si ritroverebbe improvvisamente senza un prodotto da vendere. Il mercato del vino non è fatto solo di chi produce, ma anche di chi distribuisce e consuma. E i consumatori americani sono tra i più importanti al mondo».

Esistono strategie per mitigare le perdite?

«Noi possiamo fare ben poco. È una questione che riguarda la Commissione europea, perché i dazi non colpiscono solo il vino, ma tutto il commercio tra Stati Uniti e Europa. Mi auguro che chi di dovere si sieda a tavolino e guardi la questione nel suo complesso. Sono appena tornato dagli Usa, dove ci sono molti americani e repubblicani disorientati da questo modo un po' violento di agire di Trump. Quando ero a New York, il Canada ha minacciato di tagliare la corrente ad alcuni Stati che comprano energia elettrica dai canadesi. L'intreccio delle economie nordamericane è fortissimo. Ho parlato con agricoltori dell'Arkansas che avevano votato Trump con convinzione, e oggi iniziano a pentirsene. I dazi sono un errore, una risposta che provoca solo nuovi rimbalzi. È un cane che si morde la coda. Si mira in alto per ottenere qualcosa di meno, ma alla fine il risultato è solo uno: si crea povertà».

Se lo scenario peggiore si concretizzasse, l'industria vinicola italiana potrebbe orientarsi su altri mercati o diversificare l'offerta?

«La Russia era un ottimo sbocco, ma con le sanzioni è diventata inaccessibile. La Cina ha imposto una stretta fortissima sui consumi a causa del suo debito. L'India ha tasse d'ingresso per il vino europeo superiori al 200%. Il Canada resta interessante, ma da questa settimana la provincia dell'Alberta ha messo dazi su tutti i prodotti importati, Italia compresa. Il mondo sta diventando un campo minato per l'export».

Esistono collaborazioni con altre nazioni produttrici di vino per esercitare una pressione congiunta sugli Stati Uniti?

«Non sono tanti altri Paesi che sono grandi produttori di vino con i quali poter collaborare. Sudafrica? Australia? Gli australiani si sono fatti togliere i dazi del 260% dalla Cina accordandosi sulle terre rare. È una partita complicata».

> Puntiamo sui negoziati Anche la Cina ha imposto una stretta fortissima sui consumi a causa del suo debito

Crede che il consumatore statunitense possa reagire negativamente a questi dazi, penalizzando anche il mercato interno?

«Gli americani faranno certamente pressione per cercare di mitigare la situazione».

Ha parlato del vino come simbolo di amicizia tra i popoli. Crede che la cultura e la tradizione vinicola possano giocare un ruolo nella distensione delle tensioni commerciali?

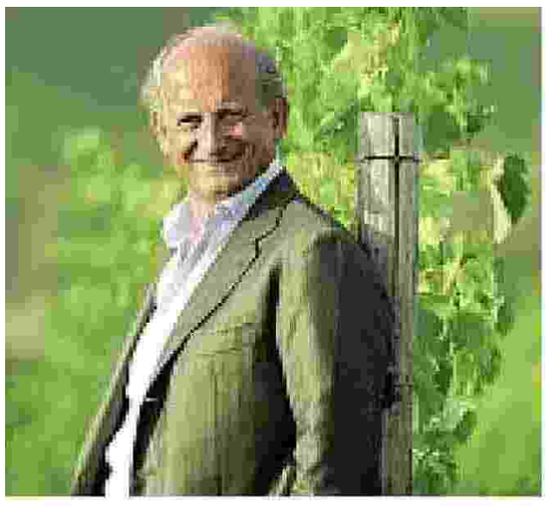
«In questi anni, il vino è stato un prodotto che ha varcato i confini ed è stato simbolo di amicizia. Non è un bene di prima necessità, eppure ci ha unito. Abbiamo beneficiato di diversi tipi di conoscenze. Non c'è una vera competizione tra le nazioni sul vino: il consumatore appassionato si diverte a cambiare e scoprire nuovi prodotti. La chiusura totale non porta bene a nessuno, anzi, abbassandosi la naturale e positiva competizione, magari il prodotto americano potrebbe accedere a standard qualitativi inferiori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

CREEMLAB.

CORRIERE DELLA SERA



Al vertice Lamberto Frescobaldi è il presidente dell'Unione italiana vini (Uiv) e titolare di «Marchesi Frescobaldi»


«Le tariffe sono un boomerang, a rischio 2 miliardi di esportazioni»

Parigi, proteggeremo il nostro Champagne, non vediamo alternative

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

L'Economia
del CORRIERE DELLA SERA

La 57esima edizione della fiera vitivinicola dal 6 al 9 aprile

Quattromila aziende da 180 Paesi, debutta il progetto Nolo: no e low alcol

Grandi numeri e aspettative per la 57esima edizione del Vinitaly, in programma a Verona da domenica 6 a mercoledì 9 aprile. Quattromila aziende, 18 padiglioni al completo, operatori da 140 Paesi, 30 mila buyer: per quattro giorni la città scaligera, con la sua importante e unica rassegna internazionale dedicata al vino, diventa a tutti gli effetti la capitale del Vigneto Italia, cuore e termometro di un segmento economico di gran valore, tra le bandiere più convincenti del made in Italy nel mondo.

Promozione e internazionalizzazione sono sempre stati tra gli obiettivi primari. Oggi di più: «Vinitaly rappresenta l'aggregatore naturale del vino italiano sui principali mercati target — sottolinea Federico Bricolo, presidente di Veronafiere —. Un posizionamento che intendiamo rafforzare ulteriormente mettendo a disposizione della politica e delle imprese tutto il nostro know how, per sostenerle nelle sfide derivanti dal complesso scenario attuale, tracciando anche nuove rotte di destinazione».

I numeri

L'apertura ai mercati esteri ha anche ispirato il piano di incoming realizzato da Veronafiere sottobraccio all'Agenzia Ice per la 57esima edizione. «Sono 1.200 i top buyer accreditati e ospitati a Verona — ha sottolineato il direttore generale, Adolfo Rebughini —. Una selezione profilata da 71 Paesi, sei in più rispetto all'anno scorso, che ha centrato l'obiettivo di replicare il record del 2024. Un risultato non scontato visto il perdurare delle tensioni geopolitiche».

Tra le delegazioni più numerose dei super operatori selezionati dall'area extra Ue, sono in prima fila gli Stati Uniti e il Canada. Ma sono ben rappresentati anche la Cina, il Regno Unito, il Brasile, l'India, Singapore, il Giappone e la Corea del Sud.

La Germania e la Svizzera, con il Nord Europa e l'area balcanica, sono invece tra le più folte presenze europee.

Confermata anche quest'anno la netta divisione tra business in fiera e winelover in città (con le più varie iniziative), Vinitaly apre a nuovi contenuti e format. Tra questi il progetto pilota dei vini Nolo (no e low alcol) che approdano per la prima volta a Verona. Un tema, quello dei cosiddetti vini dealcolati, che tiene banco dopo il decreto che ha dato il via alla produzione anche in Italia di questa tipologia di prodotto.

Altre novità di questa edizione del Vinitaly sono lo spazio Raw Wine, per i vini naturali, biologici e biodinamici, e quello di Amphora Revolution.

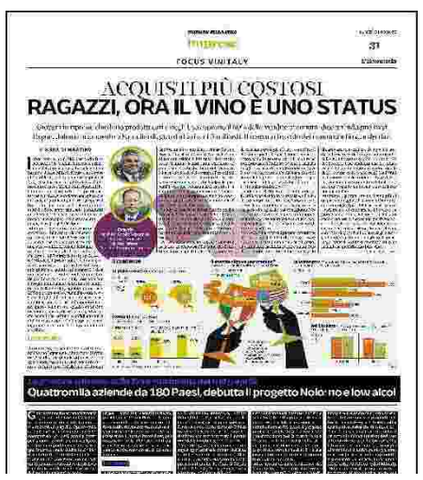
Quest'ultimo è un progetto nato dalla collaborazione tra Merano wine festival. The winehunter. Vinitaly e Veronafiere che porta al centro dell'attenzione vini prodotti e affinati in anfore e giare di terracotta, una tecnica antica che fa tendenza.

Tra le nuove iniziative c'è anche il debutto di Vinitaly Tourism dedicato all'enoturismo, area in forte crescita. Il turismo del vino muove ormai più di 13 milioni di turisti per lo più stranieri e nello scorso anno ha prodotto 2,9 miliardi di incassi, in aumento del 16% rispetto al 2023 (dati stimati).

Non a caso questo progetto potrebbe entrare, in prospettiva, anche nei palinsesti delle tappe estere di Vinitaly in Asia, nel Sud e nel Nord America.

A. D. M.

© RIPRODUZIONE RISERVATA


FOCUS VINITALY

ACQUISTI PIÙ COSTOSI
RAGAZZI, ORA IL VINO È UNO STATUS

Quattromila aziende da 180 Paesi, debutta il progetto Nolo: no e low alcol

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

CORRIERE DELLA SERA

Micaela Pallini (Federvini)

«L'effetto si sente già, meno ordini prezzi più cari»

«Non è pensabile sostituire gli Usa»

di **Valentina Iorio**

Alla guida Micaela Pallini, imprenditrice e presidente di Federvini, la federazione di Confindustria che si occupa d vini, liquori e aceti

«Tutti i nostri associati hanno ricevuto dagli importatori la richiesta di sospendere le spedizioni perché non vogliono correre il rischio che le bottiglie vengano colpite da dazi prima di aver raggiunto il suolo americano», racconta Micaela Pallini, presidente di Federvini, rientrata dagli Stati Uniti da pochi giorni.



> C'è preoccupazione: i ristoranti cominciano a non avere più bottiglie e quelle che ci sono hanno un costo molto più alto

Che situazione ha trovato?

«Chi opera nel settore è molto preoccupato. I ristoranti iniziano a non avere le bottiglie. Quelle che si trovano hanno un costo molto più alto di prima. Segno che la distribuzione preferisce evitare di sovraccaricarsi».

Il «front loading» è finito?

«Sì, ognuno di noi ha anticipato tutti gli ordini che poteva e spedito tutto quello che poteva spedire. Adesso è tutto fermo, perché gli importatori hanno paura. Al 2 aprile mancano meno di due settimane, ma stiamo già pagando gli effetti di questa situazione».

I costi sono già aumentati.

«Gli importatori chiedono ai produttori un aiuto per far fronte ai costi del magazzino e di estendere i termini di pagamento. Sono aumentati i noli, i container».

Per il vino e gli alcolici la minaccia è di un dazio del 200%.

«Mi auguro sia una *boutade*, significherebbe cancellare l'intero sistema. Non solo l'industria europea, ma anche quella americana, mettendo a rischio centinaia di migliaia di posti di lavoro negli Usa. Peraltro, nel segmento della distribuzione e della vendita ci sono molti elettori di Trump. Il loro portafoglio è composto per più della metà di bottiglie italiane ed europee. Una tariffa del 200% equivale alla morte di tutto il sistema. Ma anche un dazio del 25%, che a scaffale significa un aumento del 50%, sarebbe pesantissimo».

Cosa chiedete al governo?

«Abbiamo fatto presente la situazione al ministro, alla presidente del Consiglio, ci siamo mossi in Europa. Chiediamo di non innescare una miccia ed evitare che il nostro settore sia, ancora una volta, ostaggio di dispute che non lo riguardano».

Si parla molto di diversificare i mercati: è una strada percorribile?

«Non è pensabile sostituire gli Stati Uniti dall'oggi al domani. Questa situazione sicuramente ci insegna che dobbiamo iniziare a investire seriamente anche su altri mercati, ma non possiamo illuderci di sostituire 2 miliardi di export nel breve termine».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

CREEMLAB.

ETTORE FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

L'Economia
del CORRIERE DELLA SERA

FOCUS VINITALY

ACQUISTI PIÙ COSTOSI RAGAZZI, ORA IL VINO È UNO STATUS

Giovani in ripresa: chiedono prodotti cari e negli Usa coprono il 60% delle vendite premium, dice un'indagine Iwsr

Export italiano in aumento a 8,1 miliardi, giro d'affari a 14,5 miliardi. Il mercato tra calo dei consumi e timore dei dazi

di **ANNA DI MARTINO**

I conti 2024 sono positivi: secondo l'Osservatorio Uiv-Vinitaly il mercato nazionale del vino ha chiuso l'annata con un fatturato di 14,5 miliardi di euro e un export di 8,1 miliardi, in lieve aumento rispetto al 2023. Risultati ottenuti però a fatica: l'ultimo anno è stato difficile, con i vignaioli italiani che hanno sudato il doppio per ottenere meno. E il 2025 non si presenta più facile di fronte ai problemi più vari: dai concreti timori per i dazi minacciati dalla nuova amministrazione americana alle perduranti incertezze legate alle crisi geopolitiche, fino alla minore capacità di spesa delle famiglie causata dall'inflazione.

«Inutile negare una congiuntura complessa, influenzata da chiusure commerciali che potrebbero condizionare il mercato statunitense ma non solo — afferma Adolfo Rebughini, direttore generale di Veronafiere, che ospiterà il Vinitaly dal 6 al 9 aprile —: l'effetto delle barriere potrebbe infatti causare ripercussioni significative sull'economia globale e quindi sui consumi. I dazi rappresentano l'esatto contrario del fare fiera, ciò che noi con Vinitaly possiamo fare è reagire alimentando il business e contribuire ad allargare la geografia commerciale dell'export enologico, pur nella consapevolezza che gli Stati Uniti sono un buyer insostituibile, non solo perché rappresentano un quarto delle nostre spedizioni di vino nel mondo, ma anche per le prospettive incrementali che offrono. Confidiamo nella diplomazia europea e italiana per tornare a ragionare in termini di competitività e di crescita».

Le abitudini

In ogni caso, le aziende vitivinicole nazionali hanno largamente dimostrato di avere nervi saldi e incrollabile ottimismo. «Un agricoltore, soprattutto un produttore di vino, è ottimista per definizione. Altrimenti farebbe un altro mestiere», chiosa Silvano Brescianini, alla guida della Barone Pizzini, oltre che presidente del Consorzio Franciacorta. Dunque avanti tutta, cercando di contrastare la bestia nera del mercato: l'inarrestabile calo dei consumi. Ecco: di chi è la colpa se si vende meno vino? È vero, come si sente dire in giro, che è colpa dei giovani? È vero che i consumatori tra i 18 e i 44 anni, quelli delle generazioni Z e Millennial, non hanno interesse al vino, lo considerano roba da vecchi e non hanno voglia di spendere? La verità è un'altra.

Stando all'analisi dell'Osservatorio realizzata sulla base dei dati Iwsr relativi alle abitudini di consumo di vino in Italia e negli Stati Uniti (ovvero i due mercati strategici, pari a oltre il 60% del fatturato dell'industria nazionale), le differenze tra under e over 44 sono minime.

Se il segno sui consumi a livello globale è negativo, le responsabilità sono da distribuire in parti uguali tra le generazioni. Anzi, su alcune tipologie di vino, come i rossi che sono quelli che più hanno segnato il passo, sono le generazioni più mature ad aver fatto marcia indietro. Non solo: in Italia e negli Usa chi ha diminuito i consumi è per il 30% over 44 mentre chi dichiara di averli aumentati è prevalentemente giovane: 31% negli Stati Uniti (contro 9% dei più grandi), 14% in Italia (contro il 7%).

L'indagine dell'Osservatorio entra in dettagli utili. Guardando in particolare all'Italia si può notare, tra l'altro, che i giovani rappresentano la metà dei consumatori che scelgono vini a più alto valore aggiunto. Negli Usa, dove i vini ultra premium rappresentano il 31% del totale delle vendite a valore (in Italia solo il 10%), i giovani pesano addirittura per il 60%.

Non solo. I due terzi dei giovani statunitensi e il 41% degli italiani ha dichiarato di avere puntato volontariamente su vini più costosi, cambiando facilmente vino e brand. Perché lo fanno? Per sperimentare, per il gusto di cambiare, per scegliere il vino più di moda: in Italia il 56% dei giovanissimi considera il vino uno status symbol, contro il 28% dei boomer. Una tendenza che ha spinto Iwsr a coniare una nuova categoria, quella degli «status seeker» che negli Stati Uniti realizzano il 24% del volume e il 35% dei valori generati dai consumatori abituali di vino, pur pesando su questa categoria per non più dell'11%.

Insomma i giovani amano il vino più di quanto s'immagini e il tema salutismo-dieta li coinvolge al pari delle persone mature.

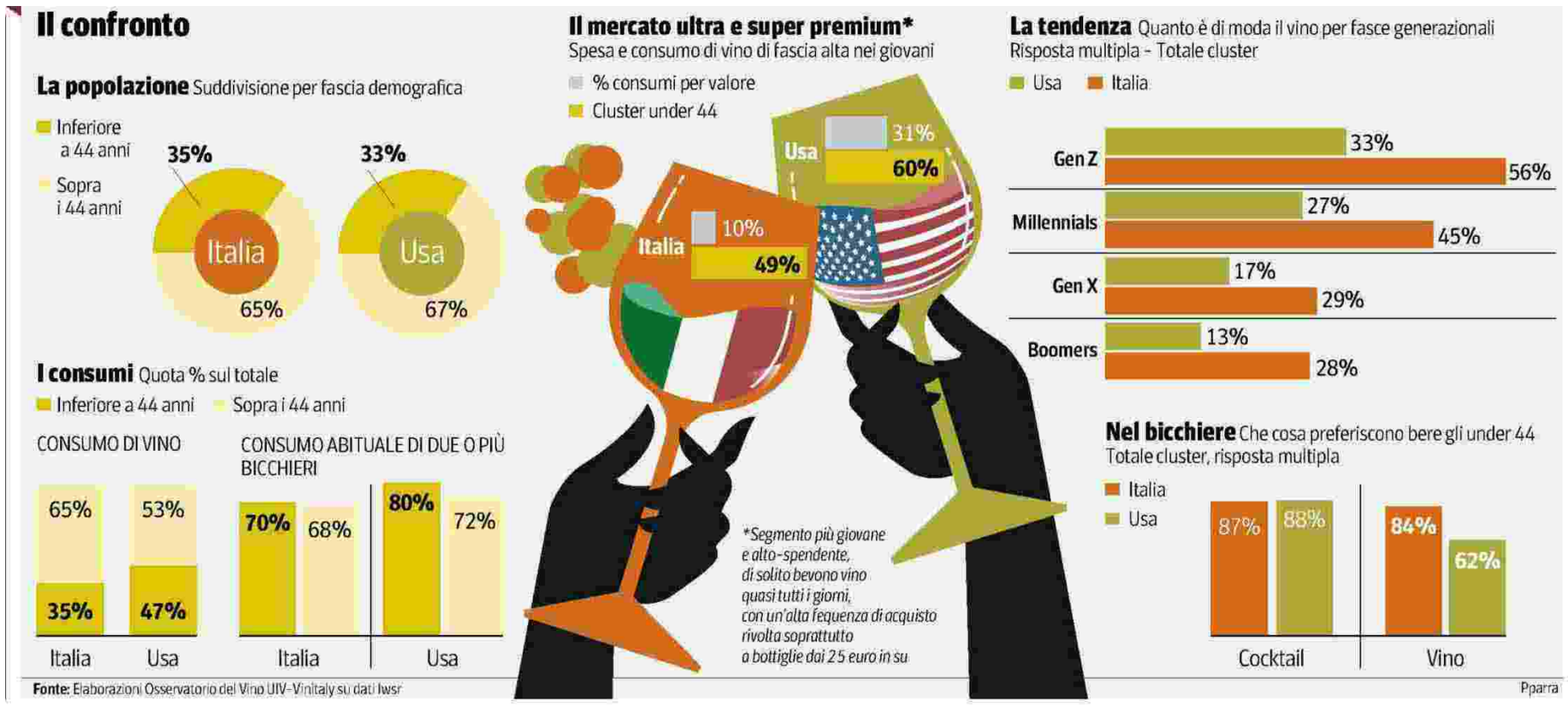
Ovviamente, ci sono anche differenze tra giovani americani e italiani e in alcuni casi sono profonde. Il caso scuola per l'Osservatorio è quello del cocktail, considerato un collante generazionale molto più del vino, con l'87% degli italiani e l'88% degli americani under 44 che ne dichiarano il consumo, a fronte di un 62% di americani e 84% di italiani che preferiscono bere vino.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

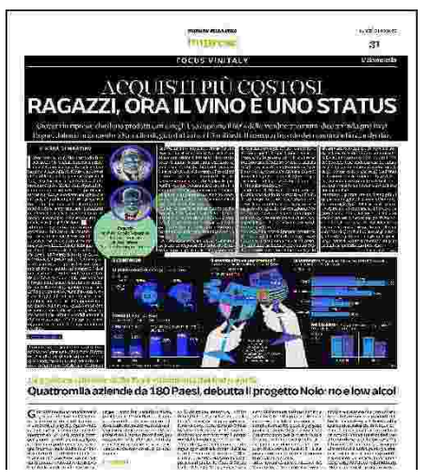
CREEMLAB.

L'Economia
del CORRIERE DELLA SERA





Eventi
Dall'alto: Adolfo Rebughini, direttore generale di Veronafiere; Federico Bricolo, presidente



187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

la Repubblica

Bruxelles spinge il vino senza alcol "Chiamatelo 0,0"

Il piano della Ue rilancia le bottiglie a "zero gradi"
Le etichette saranno innovative e con i valori nutrizionali

di **ROSARIA AMATO**
ROMA

Fresco, leggero, dolce, innovativo, sostenibile. Sono gli aggettivi che esprimono l'idea che i giovani hanno dei vini, secondo l'Osservatorio Ue di settore. I Paesi europei, e principalmente Francia, Italia, Spagna, Portogallo e Germania, rappresentano ancora il 60% della produzione mondiale vinicola e il 60% dell'export globale. Ma i consumi negli ultimi vent'anni sono calati a ritmo sostenuto, soprattutto per il vino rosso, e tra i giovani, che dalle indagini più recenti mostrano un'idea del bere molto diversa da quella dei loro genitori e dei loro nonni. Un'idea alla quale adesso la Commissione Europea cerca di avvicinarsi con un pacchetto di misure che sostengono in modo flessibile le riconversioni aziendali, gettano le basi per un'etichetta elettronica europea, favoriscono l'enoturismo e la produzione dei vini dealcolati. Anzi, come spiega un funzionario europeo, i vini "alcol free", o a bassa gradazione alcolica, a seconda che siano sopra o sotto il tasso dello 0,5%: «I vini dealcolati sono già stati introdotti con un regolamento Ue del 2021 - ricorda - ma ci si è resi conto che le regole di produzione erano eccessivamente rigide. Inoltre si è pensato di usare denominazioni più accattivanti, meglio dire "vini senz'alcol". E per i Paesi Arabi, o del Nord Africa, si può anche aggiungere "gradazione alcolica 0.0"».

A fronte dei nuovi dazi di Trump, infatti, l'idea è quella di spingersi in nuovi mercati, che però richiedono nuovi prodotti, che, a giudizio degli analisti Ue, «hanno un grande potenziale». E infatti anche l'Italia, con un certo ritardo, dovuto a una certa resistenza legata alle nostre radicate tradizioni vinicole, si è decisa dallo scorso dicembre ad autorizzare la produzione dei dealcolati. Del resto a valorizzare le tradizioni c'è l'enoturismo, che dalle nuove misure Ue viene incentivato attraverso l'estensione delle misure di sostegno ai consorzi di tutela. Le nuove norme, che nei prossimi mesi verranno esaminate anche dal Parlamento e dal Consiglio Europeo, prevedono l'armonizzazione delle regole sull'etichetta elettronica (QR code), e maggiore flessibilità sulle autorizzazioni dei nuovi impianti di viti, estendendo a otto anni la durata per i reimpianti e sospendendo le penali per chi non le utilizza. Il pacchetto propone misure di controllo sull'eccesso di produzione, tra le quali un iter accelerato per l'applicazione della cosiddetta "vendemmia verde": la distruzione totale o l'eliminazione dei grappoli non ancora giunti a maturazione.

«Sono convinto che le nostre proposte contribuiranno a stabilizzare il mercato e consentiranno ai produttori di cogliere nuove opportunità e rispondere all'evoluzione delle aspettative dei consumatori», afferma Christophe Hansen, Commissario per l'Agricoltura e l'alimentazione. Le misure hanno avuto una buona accoglienza dal settore: per Copa-Cogeca, la maggiore organizzazione agricola Ue, si tratta di «un pacchetto solido», anche se emergono «incertezze sugli aspetti finanziari», e non si prevede «una maggiore flessibilità su più anni nell'utilizzo dei fondi settoriali».

«Riteniamo che questa proposta rappresenti oggi un buon punto di partenza», conferma il segretario generale di Unione italiana vini, Paolo Castelletti. «Tutte proposte giuste e condivisibili» anche per Denis Pantini, economista di Nomisma e responsabile di Wine Monitor: «Se non si diversificano maggiormente gli sbocchi di mercato e il tipo di prodotto - osserva - saremo sempre in balia dei rischi geopolitici che, visto il trend, diventeranno sempre più frequenti».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

187438

CREEMLAB.

ETTORE
FIERAMOSCA
ADVISORY COMPANY

la Repubblica

LE NOVITÀ

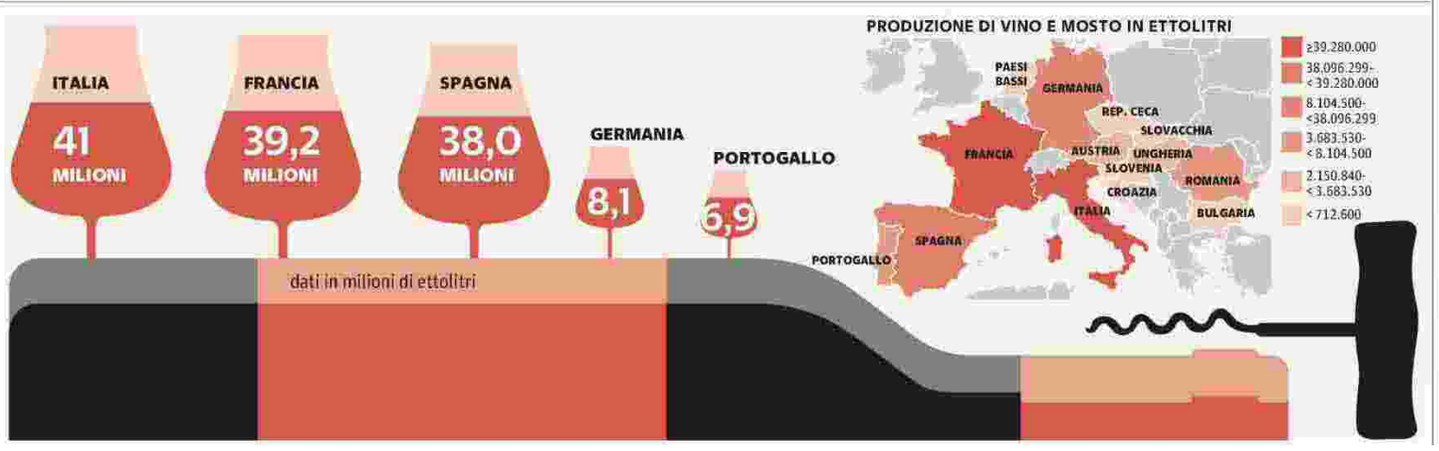
Alcol free
Non più "dealcolati", ma alcol 0.0, i vini possono essere esportati in nuovi mercati

Etichetta
Diventa attraente ed elettronica con un QR Code per avere informazioni sul prodotto

Enoturismo
Sostegni e agevolazioni per l'enoturismo anche ai consorzi di tutela

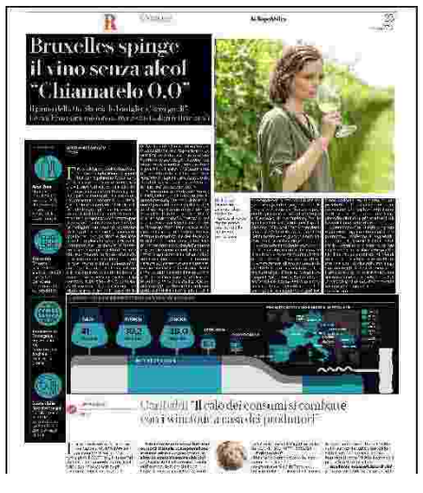
Sostenibile
Nuovi sostegni flessibili per le aziende vitivinicole per far fronte ai cambiamenti climatici

I PRIMI CINQUE PRODUTTORI DI VINO IN EUROPA





Il vino bianco sta diventando il preferito rispetto al rosso che ha perso posizioni nelle scelte dei consumatori


Bruxelles spinge il vino senza alcol "Chiamatelo 0.0"

187438

CREEMLAB.

Articoli online 1-15 Marzo

OLIO

Aumento delle vendite dell'olio IGP Toscano nella GDO che nei primi nove mesi del 2024

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/associazioni-di-idee/44472-le-vendite-di-olio-igp-toscano-sono-un-segnale-di-salute-in-vista-di-sol2expo.htm

L'attenzione del governo su Xylella fastidiosa

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/associazioni-di-idee/44469-l-attenzione-del-governo-su-xylella-fastidiosa.htm

Cinquemila nuovi ettari di uliveti entro il 2026 per rilanciare la produzione di extravergine italiano

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/associazioni-di-idee/44484-aumentare-la-superficie-olivicola-per-rilanciare-l-olio-di-oliva-made-in-italy.htm

Possibile attivare una serie di soluzioni in modo da rendere anche gli extra vergini Dop e Igp finalmente vincenti sul mercato

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/economia-2/come-rendere-di-successo-gli-oli-del-territorio.htm

Deoleo ha registrato perdite per 54.5 milioni di euro nel 2024, dovute in gran parte a contenziosi legali in corso in Italia.

https://it.oliveoiltimes.com/business/europe/deoleo-records-loss-on-nearly-e1b-revenue/137279

Tra gennaio e novembre 2024, l'olio d'oliva made in Italy ha registrato performance sopra la media in Germania, Corea del Sud, Australia e Messico

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44490-l-olio-di-oliva-italiano-pu-farcela-senza-il-mercato-americano.htm

Un Piano olivicolo ampio e strutturato, pensato per garantire non solo risorse economiche, ma anche strumenti strategici in grado di rafforzare la produzione nazionale

https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/44486-presentato-il-nuovo-piano-olivicolo-nazionale-per-rilancio-comparto.htm

165 milioni di euro per l'olio di oliva italiano, le misure riguardano attività di promozione dell'olio di oliva ma anche l'ammodernamento dei frantoi e infine il contrasto alla batteriosi Xylella fastidiosa

https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/44488-165-milioni-di-euro-per-l-olio-di-oliva-italiano.htm

Quotazioni olio d'oliva in Italia e all'estero del 4 marzo 2025

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/mercati/quotazioni-oli-da-olive-04-03-2025.htm

Da Verona le linee guida del nuovo Piano Olivicolo Nazionale

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/associazioni-di-idee/44499-da-verona-le-linee-guida-del-nuovo-piano-olivicolo-nazionale.htm

Record di importazioni di olio di oliva dalla Spagna nel 2024. L'Italia resta il primo mercato per la Spagna

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44508-olio-di-oliva-spagnolo-in-italia-per-860-milioni-di-euro.htm

Per gli olivicoltori italiani prosegue la transizione biologica

https://it.oliveoiltimes.com/production/despite-costs-italian-olive-farmers-continue-organic-transition/137290

Impatto della conservazione a breve termine delle olive sulla qualità dell'olio d'oliva vergine

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44511-impatto-della-conservazione-a-breve-termine-delle-olive-sulla-qualit-dell-olio-d-oliva-vergine.htm

I migliori oli d'Italia nel 2025 secondo il Gambero Rosso

https://www.teatronaturale.it/tracce/libri/44510-i-migliori-oli-d-italia-nel-2025-secondo-il-gambero-rosso.htm

Assitol sottolinea l'opportunità offerta dal Piano di ridare valore all'olio d'oliva promuovendo il suo apporto, salutistico e nutrizionale, in Italia e sui mercati esteri

https://www.foodweb.it/2025/03/assitol-plaude-al-piano-olivicolo/

Olio extravergine di oliva a 3,99 euro al litro: torna il sottocosto al supermercato

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44535-olio-extravergine-di-oliva-a-3-99-euro-al-litro-torna-il-sottocosto-al-supermercato.htm

Cambio di passo per la Tunisia dell'olio di oliva: sempre meno Europa, sempre più Africa e Asia

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44534-cambio-di-passo-per-la-tunisia-dell-olio-di-oliva-sempre-meno-europa-sempre-piu-africa-e-asia.htm

Come nasce una impresa olearia, e come sopravvive

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/economia-2/come-nasce-una-impresa-olearia-e-come-sopravvive.htm

Lo stato del comparto oleario al 28 febbraio 2025

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/economia-2/lo-stato-del-comparto-oleario-al-28-febbraio-2025.htm

Vendite di olio extravergine di oliva italiano a 9 mila tonnellate, nonostante gli alti prezzi

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44546-vendite-di-olio-extravergine-di-oliva-italiano-a-9-mila-tonnellate-nonostante-gli-alti-prezzi.htm

Cocciniglia mezzo grano di pepe sull'olivo: l'influenza della temperatura sullo sviluppo e la riproduzione

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44540-cocciniglia-mezzo-grano-di-pepe-sull-olivo-l-influenza-della-temperatura-sullo-sviluppo-e-la-riproduzione.htm

Buona produzione e stabilità dell'export di olio di oliva europeo

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44538-buona-produzione-e-stabilit-dell-export-di-olio-di-oliva-europeo.htm

Più di 100 mila tonnellate di olio di oliva vendute dalla Spagna a febbraio

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44544-pi-di-100-mila-tonnellate-olio-vendute-dalla-spagna-a-febbraio.htm

Oleificio Zucchi diventa Società Benefit

https://www.foodweb.it/2025/03/oleificio-zucchi-diventa-societa-benefit/

Quotazioni di mercato per gli oli da olive del 11 marzo 2025

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/mercati/quotazioni-oli-da-olive-11-03-2025.htm

L'UE rimuove i dazi sulle importazioni di olio d'oliva cileno

https://it.oliveoiltimes.com/business/south-america/e-u-removes-tariffs-on-chilean-olive-oil-imports/137210

E’ l’olio extravergine di oliva a trainare la crescita in valore dell’export Made in Italy, con un aumento del 45% nel 2024, davanti a salumi (+10%) e formaggi e latticini (+9%)

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/associazioni-di-idee/44548-e-l-olio-di-oliva-a-guidare-per-crescita-l-export-agroalimentare-nazionale.htm

L'Italia ha importato 23 milioni di litri di olio di sansa di oliva dalla Spagna, quasi quanto il consumo interno iberico che nella campagna olearia 2023/24 è ammontato a 28 milioni di litri

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44550-il-22-dell-olio-di-sansa-di-oliva-spagnolo-arriva-in-italia.htm

Nuovi dissuasori contro la presenza di cinghiali negli oliveti, i dispositivi utilizzano suoni e luci per impaurire gli animali. Il test effettuato in Toscana

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44560-nuovi-dissuasori-contro-la-presenza-di-cinghiali-negli-oliveti.htm

Le pratiche agricole sostenibili che aumentano la produttività dell’olivo in asciutta

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44561-le-pratiche-agricole-sostenibili-che-aumentano-la-produttivit-dell-olivo-in-asciutta.htm

Il prezzo dell’olio di oliva al 13 marzo: crollano le quotazioni in Spagna, stabili in Italia

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44566-il-prezzo-dell-olio-di-oliva-al-13-marzo-crollano-le-quotazioni-in-spagna-stabili-in-italia.htm

Trasformare la foglia d’olivo in un ingrediente funzionale per alimenti e oli arricchiti con composti bioattivi ad alto valore aggiunto. Questo è l’obiettivo della task force BIOREVALEAF, a cui partecipano CIDAF, l’Università di Granada, l’azienda di olive Torres Morente e le cooperative Agroalimentari di Granada

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44564-dalle-foglie-di-olivo-ingredienti-ricchi-di-fibre-proteine-e-fenoli.htm

Il biochar per aumentare la produzione dell'olivo dal 7 al 24%

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44579-il-biochar-per-aumentare-la-produzione-dell-olivo-dal-7-al-24.htm

La gestione delle acque di vegetazione di frantoio: no ad avventurose soluzioni industriali

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44582-la-gestione-delle-acque-di-vegetazione-di-frantoio-no-ad-avventurose-soluzioni-industriali.htm

KIWI

Spice24 una nuova varietà di portainnesto di Actinidia rufa selezionato, è ora disponibile per uso commerciale nei frutteti di kiwi di tutta Europa

https://www.freshplaza.it/article/9709926/spice24-ecco-il-nuovo-portainnesto-per-kiwi-protetto-da-brevetto/

Per il 2025 il raccolto cileno di kiwi si preannuncia in calo rispetto all'anno precedente

https://www.italiafruit.net/cile-produzione-di-kiwi-in-calo-si-punta-sulla-qualita

In Grecia la Hayward è la varietà principale richiesta dai coltivatori, ma aumentano anche trapianti di varietà gialle

https://www.freshplaza.it/article/9709827/quest-anno-i-principali-prodotti-in-fase-di-trapianto-sono-stati-kiwi-albicocche-e-cachi/

Con un aumento del volume commercializzato del 300%, è terminata la vendita oltremare di Dorì

https://www.italiafruit.net/dori-termina-la-campagna-oltremare-con-un-incremento-del-300percent

Negli ultimi anni, la coltivazione dell'actinidia in Italia è stata compromessa da due gravi problematiche fitosanitarie: il cancro batterico e la moria del kiwi

https://www.freshplaza.it/article/9711217/fattori-che-minano-la-sopravvivenza-dell-actinidia-dalla-batteriosi-alla-moria/

Kiwi verde, giacenze ancora elevate e vendite non entusiasmanti a causa di prezzi piuttosto elevati e rischi di sovrapposizione commerciale in primavera

https://www.corriereortofrutticolo.it/incognite-sul-kiwi-tra-giacenze-prezzi-e-sovrapposizioni-minguzzi-accelerare-le-vendite/

Il kiwi Supplì è una varietà ottenuta da seme o da mutazione, caratterizzata da un profilo genetico particolarmente interessante

https://www.freshplaza.it/article/9712038/il-kiwi-suppli-una-varieta-resistente-e-produttiva/

La campagna del kiwi verde dell'emisfero nord si avvia alle fasi conclusive

https://www.freshplaza.it/article/9712059/la-campagna-del-kiwi-verde-dell-emisfero-nord-si-avvia-alle-fasi-conclusive/

Dazi USA, il kiwi in prima linea tra i prodotti ortofrutticoli a rischio

https://www.italiafruit.net/massimo-delpozzo-lombra-dei-dazi-usa-minaccia-lexport-italiano

Kiwi Jingold: molto bene il giallo e il rosso, stabile il verde

https://www.italiafruit.net/kiwi-molto-bene-il-giallo-e-il-rosso-stabile-il-verde

UVA DA TAVOLA

Subirrigazione in vigneto: tecnica che riduce l’evaporazione e migliora l’assorbimento dei nutrienti

https://www.uvadatavola.com/subirrigazione-in-vigneto-funzionamento-e-vantaggi/

Vivai Cooperativi Rauscedo è il breeder di riferimento per lo sviluppo di innovative varietà apirene e il miglioramento di quelle tradizionali

https://www.freshpointmagazine.it/vocidellortofrutta/vcr-vivairauscedo-uva-tavola-breeder-varieta/

Andamento delle importazioni di uva da tavola in Spagna

https://www.freshplaza.it/article/9709524/i-prezzi-dell-uva-da-tavola-si-sono-stabilizzati-e-si-prevede-una-fornitura-fino-a-maggio/

Diradamento dell’uva da tavola più efficiente e sostenibile grazie all’intelligenza artificiale, la conferma da uno studio condotto sulla varietà Shine Muscat

https://www.uvadatavola.com/diradamento-delluva-da-tavola-nuove-frontiere-con-lia/

Il trattamento con ozono rappresenta una soluzione efficace e sostenibile nel controllo delle muffa blu

https://www.uvadatavola.com/muffa-blu-delluva-da-tavola-ozono-per-il-controllo/

Il comparto dell’uva da tavola in Portogallo rappresenta una piccola realtà

https://www.uvadatavola.com/uva-in-portogallo-un-piccolo-comparto/

TopControl ha creato una soluzione innovativa per il confezionamento dell'uva da tavola

https://www.freshplaza.it/article/9712675/una-rivoluzione-nel-confezionamento-dell-uva-da-tavola/

Nonostante alcune sfide logistiche, la stagione dell'uva da tavola in Sudafrica si conclude positivamente

https://www.uvadatavola.com/sudafrica-termina-la-stagione-2025/

Proposta avanzata dall’Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA) di rivedere i limiti massimi di residuo (LMR) di rame per la vite da vino e da tavola

https://www.uvadatavola.com/rame-in-viticoltura-nuovi-limiti-di-residuo/

Volumi più bassi ma stagione stabile per l'uva da tavola indiana

https://www.freshplaza.it/article/9711903/volumi-piu-bassi-ma-stagione-stabile-per-l-uva-da-tavola-indiana/

La diffusione della Xylella fastidiosa tra i vigneti rischia di compromettere gravemente il settore dell'uva da tavola

https://www.italiafruit.net/xylella-fastidiosa-un-incubo-da-scongiurare-per-i-viticoltori-pugliesi

FRUTTA IN GUSCIO

Il punto sulla fioritura del nocciolo in Piemonte, Lazio e Campania

https://nocciolare.it/ultime-notizie/corilicoltura-dinverno-il-punto-sulla-fioritura

L'alluvione del 2023 ha rappresentato uno spartiacque per la produzione del Marrone di Castel del Rio

https://www.freshplaza.it/article/9710053/l-alluvione-del-2023-ha-rappresentato-uno-spartiacque-tra-passato-e-presente/

Processo di qualificazione della produzione di nocciola siciliana

https://www.freshplaza.it/article/9710394/processo-di-qualificazione-della-produzione-di-nocciola-siciliana/

Innovazione, corrette pratiche agronomiche e tecniche sostenibili per garantire un futuro di sviluppo alla castanicoltura in provincia di Cuneo

https://www.freshplaza.it/article/9711620/oltre-200-aziende-e-operatori-alle-prove-in-campo-sul-castagno/

Quali sono le strategie per recuperare un noccioleto colpito dalla grandine

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agronomia/2025/03/07/noccioleto-grandinato-tre-strategie-di-recupero-a-confronto/86835

Rete di Impresa Calabria in Guscio: raggiunti 150 ettari di noccioleti

https://www.freshplaza.it/article/9712171/abbiamo-raggiunto-i-150-ettari-con-gli-impianti-tardivi-di-fine-inverno/

Ventura e l'healthy snacking: barrette proteiche un volano per il consumo di frutta secca

https://www.italiafruit.net/ventura-e-lhealthy-snacking-barrette-proteiche-un-volano-per-il-consumo-di-frutta-secca

Noce di Macadamia: sviluppo commerciale di una referenza di lusso in Sicilia

https://www.freshplaza.it/article/9712558/noce-di-macadamia-sviluppo-commerciale-di-una-referenza-di-lusso-in-sicilia/

Comitato e istituzioni approvano la bozza di regolamento. Il celebre cioccolatino dovrà essere realizzato con nocciole del Piemonte e cioccolato fondente. Lindt pronta a opporsi per garantire la tutela del marchio Caffarel

https://www.foodweb.it/2025/03/giandujotto-di-torino-ecco-il-disciplinare-igp/

Un castagneto abbandonato può tornare a essere competitivo: primi passi per il recupero. Con la gestione agronomica adeguata si può ottimizzare la produttività, valorizzare il prodotto locale e contrastare l'abbandono rurale

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agronomia/2025/03/13/castagneto-come-recuperarlo-tecniche-e-strategie-utili/86868

Le principali avversità del noce

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/difesa-e-diserbo/2025/03/12/tutte-le-avversita-o-quasi-del-noce/86937

MIELE

Gard'Apis Sentinel, cosa c'è da sapere sulla trappola inglese per Vespa velutina

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/difesa-e-diserbo/2025/03/12/gard-apis-sentinel-cosa-c-e-da-sapere-sulla-trappola-inglese-per-vespa-velutina/86918

La Spagna dichiara l'apicoltura patrimonio culturale immateriale

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/zootecnia/2025/03/14/la-spagna-dichiara-l-apicoltura-patrimonio-culturale-immateriale/86955

AGRUMI

Focus sul mercato mondiale dei mandarini

https://www.freshplaza.it/article/9709498/focus-sul-mercato-mondiale-dei-mandarini/

Ultimi giorni di campagna per le arance di Coab, che, come per le clementine il mese scorso, si avvia a chiudere la stagione in anticipo

https://www.corriereortofrutticolo.it/agrumi-coab-chiude-in-anticipo-la-stagione-clima-determinante-difficile-programmare/

Il mercato internazionale dei limoni è sotto pressione, produzioni in calo del 6% nella stagione 2024/25

https://www.italiafruit.net/mercato-internazionale-del-limone-sotto-pressione

Mandarino Tango, Spreafico punta all’eccellenza italiana: obiettivo 220 ettari

https://www.fruitbookmagazine.it/tango-spreafico-punta-alleccellenza-italiana-obiettivo-220-ettari/

Ottima stagione per Parlapiano Fruit che, a meno di un mese dalla fine della campagna agrumi, sta ottenendo risultati in ulteriore crescita rispetto allo scorso anno

https://www.corriereortofrutticolo.it/arancia-di-ribera-dop-parlapiano-spicca-il-volo-a-febbraio-45-delle-vendite/

In Spagna Sunridge Citrus Spain SL continua la sua espansione con l’integrazione di Juan Rubert SL, una delle principali aziende agrumicole di Castellón

https://www.corriereortofrutticolo.it/spagna-sunridge-citrus-si-amplia-con-lingresso-di-juan-rubert/

Campagna del mandarino Tardivo di Ciaculli in pieno svolgimento

https://www.freshplaza.it/article/9710105/la-campagna-e-in-pieno-svolgimento-e-si-prevede-di-arrivare-alla-prima-settimana-di-aprile/

Acquisti di mandarini e clementine delle famiglie italiane

https://www.freshplaza.it/article/9710402/mandarini-e-clementine-vengono-acquistati-da-quasi-il-70-per-cento-delle-famiglie-italiane/

Cresce il mercato delle arance rosse

https://www.italiafruit.net/profondo-rosso

Campagna complicata per gli esportatori di agrumi egiziani

https://www.freshplaza.it/article/9709449/una-stagione-complicata-per-gli-esportatori-di-arance-egiziani/

La ricerca aiuta la produzione di arance rosse in Sicilia

https://www.freshplaza.it/article/9711071/ecco-come-la-ricerca-aiuta-la-produzione-di-arance-rosse-in-sicilia/

Via libera alle arance spagnole in india con il trattamento a freddo in transito

https://www.corriereortofrutticolo.it/via-libera-alle-arance-spagnole-in-india-con-il-trattamento-a-freddo-in-transito/

Il Portogallo ha ricevuto l'autorizzazione a esportare limoni in Brasile dopo l'eliminazione delle barriere fitosanitarie, secondo quanto dichiarato dal Ministro dell'Agricoltura e della Pesca, José Manuel Fernandes

https://www.corriereortofrutticolo.it/export-di-limoni-in-brasile-semaforo-verde-per-il-portogallo/

Arance rosse siciliane: cresce l'Igp, il calibro piccolo fa gola anche in Italia

https://www.italiafruit.net/arance-rosse-siciliane-cresce-ligp-il-calibro-piccolo-fa-gola-anche-in-italia

Le arance egiziane stanno perdendo competitività in questa stagione?

https://www.freshplaza.it/article/9711115/le-arance-egiziane-stanno-perdendo-competitivita-in-questa-stagione/

Forti fluttuazioni nel prezzo delle arance Valencia egiziane

https://www.freshplaza.it/article/9711519/forti-fluttuazioni-nel-prezzo-delle-arance-valencia-egiziane/

I prezzi all'origine dei limoni sono molto elevati

https://www.freshplaza.it/article/9711162/i-prezzi-all-origine-dei-limoni-sono-molto-elevati/

Linbo, il mandarino premium 100% italiano a buccia sottile che conquista il mercato

https://www.italiafruit.net/linbor-il-mandarino-premium-che-conquista-il-mercato

Allo studio edible coating antifungini per proteggere gli agrumi nel post raccolta

https://www.freshplaza.it/article/9712792/allo-studio-edible-coating-antifungini-per-proteggere-gli-agrumi-nel-post-raccolta/

Possibile carenza di limoni e pompelmi prima dell'inizio della stagione dell'emisfero australe

https://www.freshplaza.it/article/9711584/possibile-carenza-di-limoni-e-pompelmi-prima-dell-inizio-della-stagione-dell-emisfero-australe/

Stagione promettente per gli agrumi nella comunità valenciana: prezzi stabili per arance e mandarini

https://www.freshplaza.it/article/9711579/stagione-promettente-per-gli-agrumi-prezzi-stabili-per-arance-e-mandarini/

Piante di agrumi in tilt rispetto alle normali fasi fenologiche

https://www.freshplaza.it/article/9713332/piante-di-agrumi-in-tilt-rispetto-alle-normali-fasi-fenologiche/

Prezzi delle arance in Europa: Italia al top, Grecia in calo

https://www.freshplaza.it/article/9711934/prezzi-delle-arance-in-europa-italia-al-top-grecia-in-calo/

Le scorte di succo d'arancia brasiliano scendono del 24 per cento al minimo storico

https://www.freshplaza.it/article/9712406/le-scorte-di-succo-d-arancia-brasiliano-scendono-del-24-per-cento-al-minimo-storico/

Ricerca, il CREA svela l'origine e la diversificazione delle arance rosse

https://www.freshcutnews.it/2025/03/14/ricerca-crea-svela-lorigine-la-diversificazione-delle-arance-rosse/

Diana (presidente consorzio tutela arancia rossa): "manutenere i corsi d'acqua con l'aiuto degli agricoltori"

https://www.corriereortofrutticolo.it/diana-arancia-rossa-manutenere-i-corsi-dacqua-con-laiuto-degli-agricoltori/

PICCOLI FRUTTI

Macfrut Academy, nuova puntata sul mirtillo: focus su tecnologie e packaging

https://www.fruitbookmagazine.it/macfrut-academy-nuova-puntata-sul-mirtillo-focus-su-tecnologie-e-packaging/

Il consumo di mirtilli incalza e la produzione dovrà raddoppiare per tenere il passo

https://www.italiafruit.net/il-consumo-di-mirtilli-incalza-e-la-produzione-dovra-raddoppiare-per-tenere-il-passo

Ogni anno, il Messico esporta circa 500mila tonnellate di piccoli frutti, di cui il 90% è destinato agli Stati Uniti e al Canada, il 5% all'Europa e la restante parte in Asia, Sud America e Oceania

https://www.freshplaza.it/article/9710345/prevediamo-un-volume-di-piccoli-frutti-un-po-inferiore-rispetto-al-2024/

L'offerta di piccoli frutti di Huelva non è sufficiente a soddisfare tutti gli ordini

https://www.freshplaza.it/article/9711169/l-offerta-di-piccoli-frutti-di-huelva-non-e-sufficiente-a-soddisfare-tutti-gli-ordini/

CREEMLAB.

L'offerta di piccoli frutti di Huelva non è sufficiente a soddisfare tutti gli ordini

https://www.freshplaza.it/article/9711169/l-offerta-di-piccoli-frutti-di-huelva-non-e-sufficiente-a-soddisfare-tutti-gli-ordini/

Lamponi, prezzi ancora alle stelle

https://www.myfruit.it/news/lamponi-prezzi-ancora-alle-stelle

Si prevede che il consumo di mirtilli raddoppierà nei prossimi sei o sette anni

https://www.freshplaza.it/article/9711918/si-prevede-che-il-consumo-di-mirtilli-raddoppiera-nei-prossimi-sei-o-sette-anni/

International Blueberry Conference 2025: focus su qualità e crescita delle esportazioni

https://www.freshplaza.it/article/9712856/international-blueberry-conference-2025-focus-su-qualita-e-crescita-delle-esportazioni/

Piccoli frutti: il punto su gestione in campo e difesa

https://www.freshplaza.it/article/9713179/piccoli-frutti-il-punto-su-gestione-in-campo-e-difesa/

Fragole: il boom dei prezzi non contrae i consumi, negli ultimi dieci anni il prezzo al consumo ha registrato un'impennata del 70%

https://www.italiafruit.net/fragole-il-boom-dei-prezzi-non-contrae-i-consumi

AVOCADO

Apofruit crede nello sviluppo dell’avocado italiano. La cooperativa sta investendo in Calabria, territorio vocato, dove è attiva da diversi anni

https://www.italiafruit.net/apofruit-crede-nello-sviluppo-dellavocado-italiano

Frutti tropicali, la Sicilia sempre più presente

https://www.myfruit.it/news/frutti-tropicali-la-sicilia-sempre-piu-presente

Il Marocco ha ancora il 30 per cento del raccolto di avocado sugli alberi

https://www.freshplaza.it/article/9709039/il-marocco-ha-ancora-il-30-per-cento-del-raccolto-di-avocado-sugli-alberi/

Il mercato italiano si sta progressivamente spostando verso avocado di calibro medio

https://www.freshplaza.it/article/9709751/il-mercato-italiano-si-sta-progressivamente-spostando-verso-avocado-di-calibro-medio/

I dazi statunitensi potrebbero cambiare le dinamiche del commercio globale di avocado

https://www.freshplaza.it/article/9711529/i-dazi-statunitensi-potrebbero-cambiare-le-dinamiche-del-commercio-globale-di-avocado/

Nel 2025 l'avocado colombiano è in bilico tra espansione e incertezza di mercato

https://www.freshplaza.it/article/9711150/nel-2025-l-avocado-colombiano-e-in-bilico-tra-espansione-e-incertezza-di-mercato/

Avocado 2.0: quando anche il packaging fa la differenza. Spreafico scommette su un imballaggio green e accattivante per conquistare i consumatori

https://www.italiafruit.net/avocado-20-quando-anche-il-packaging-fa-la-differenza

Gli esportatori messicani interrompono la raccolta a causa dei dazi del 25 per cento

https://www.freshplaza.it/article/9711983/gli-esportatori-messicani-interrompono-la-raccolta-a-causa-dei-dazi-del-25-per-cento/

Forti piogge nel Marocco settentrionale, ma gli avocado non hanno subito danni

https://www.freshplaza.it/article/9712829/forti-piogge-nel-marocco-settentrionale-ma-gli-avocado-non-hanno-subito-danni/

Dazi sull'avocado messicano: chi ne pagherà il prezzo?

https://www.freshplaza.it/article/9711976/dazi-sull-avocado-messicano-chi-ne-paghera-il-prezzo/

SURGELATI

https://www.freshcutnews.it/2025/03/05/bofrost-italia-fatturato-300-milioni-nuovi-prodotti-intelligenza-artificiale/

CREEMLAB.

ORTOFRUTTA

In 10 anni sono diminuite le importazioni di ortofrutta da Spagna e Francia. Volano Egitto, Sud Africa a Grecia

https://www.italiafruit.net/ortofrutta-sorpassi-e-frenate-chi-sta-conquistando-il-mercato-italiano

L'Europa rimane un'area importante per l'approvvigionamento USA di ortofrutta di prima categoria

https://www.freshplaza.it/article/9709021/l-europa-rimane-un-area-importante-per-l-approvvigionamento-di-ortofrutta-di-prima-categoria/

Stime Istat, accelerano i prezzi dei vegetali e della frutta, freschi o refrigerati

https://www.freshplaza.it/article/9710396/accelerano-i-prezzi-dei-vegetali-e-della-frutta-freschi-o-refrigerati/

Pomodoro brevettato coltivato abusivamente, condanna da 100 mila euro

https://www.corriereortofrutticolo.it/pomodoro-brevettato-coltivato-abusivamente-condanna-da-100-mila-euro-sentenza-storica/

L'Iran blocca le esportazioni di frutta: le mele europee conquistano l'India

https://www.freshplaza.it/article/9710676/l-iran-blocca-le-esportazioni-di-frutta-le-mele-europee-conquistano-l-india/

Importazioni di frutta e verdura in Germania nel 2023, per prodotto e Paese

https://www.freshplaza.it/article/9708113/le-importazioni-di-frutta-e-verdura-in-germania-nel-2023-per-prodotto-e-paese/

Gli esportatori europei di ortaggi monitorano con attenzione il nodo legato alla “guerra” dei dazi degli Stati Uniti nei confronti del Vecchio Continente

https://www.corriereortofrutticolo.it/dazi-usa-gli-esportatori-europei-di-ortaggi-monitorano-la-situazione-i-possibili-scenari/

Produttori ortofrutticoli disarmati, patogeni più forti: il suicidio assistito dell’agricoltura europea

https://www.italiafruit.net/produttori-disarmati-patogeni-piu-forti-il-suicidio-assistito-dellagricoltura-europea

Pratiche sleali nel commercio ortofrutticolo

https://www.freshplaza.it/article/9712029/pratiche-sleali-nel-commercio-ortofrutticolo/

Dazi: avocado e ortaggi alle stelle, 2 dollari un'arancia

https://www.myfruit.it/news/dazi-avocado-e-ortaggi-alle-stelle-2-dollari-unarancia

Xylella, al via l’eradicazione anche di mandorli e vigneti nel barese. si teme per l’uva

https://www.corriereortofrutticolo.it/xylella-al-via-leradicazione-anche-di-mandorli-e-vigneti-nel-barese-si-teme-per-luva/

Pere, esotico e frutti di bosco oltre la doppia cifra nel primo scorcio del 2025

https://www.italiafruit.net/pere-esotico-e-frutti-di-bosco-oltre-la-doppia-cifra-nel-primo-scorcio-del-20255

Consumi, Ismea: cresce la spesa nel reparto ortofrutta

https://www.myfruit.it/news/consumi-ismea-cresce-la-spesa-nel-reparto-ortofrutta

Export di ortofrutta oltre i 6 miliardi ma il deficit commerciale italiano cresce

https://www.italiafruit.net/export-di-ortofrutta-oltre-i-6-miliardi-ma-il-deficit-commerciale-italiano-cresce

Frutticoltori in crisi, tra conferimento a prezzo aperto e GDO avara

https://www.fruitbookmagazine.it/frutticoltori-in-crisi-tra-conferimento-a-prezzo-aperto-e-gdo-avara/

Dazi, è guerra: l'Ue risponde agli Usa

https://www.myfruit.it/news/dazi-e-guerra-lue-risponde-agli-usa

Dopo dieci anni si arresta la perdita dei consumi di ortofrutta

https://www.freshplaza.it/article/9713333/dopo-dieci-anni-si-arresta-la-perdita-dei-consumi-di-ortofrutta/

Export Italia: male i kiwi, bene l'uva da tavola e le mele

https://www.myfruit.it/news/export-male-i-kiwi-bene-uva-da-tavola-e-le-mele

Orsero, fatturato 2024 a 1,57 miliardi (+2%), utile a 27 milioni

https://www.fruitbookmagazine.it/orsero-spa-fatturato-2024-a-157-miliardi-2-utile-a-27-milioni/

CREEMLAB.

INNOVAZIONE

La lenticchia d’acqua (Lemna minor), ha ottenuto l’approvazione dell’Efsa per la produzione e il consumo, aprendo la strada alla sua diffusione nell’Ue

https://www.italiafruit.net/lenticchia-dacqua-la-proteina-del-futuro-via-libera-dellefsa

L'agricoltura ha bisogno di innovazione, ma non sempre il mondo della ricerca è pronto a fornire soluzioni ai reali problemi delle aziende. Ecco quattro idee per facilitare la condivisione delle innovazioni

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2025/03/07/innovazione-quattro-proposte-per-migliorare-il-trasferimento-tecnologico/86618

Confagricoltura ha presentato ufficialmente ConfagriCER, la prima comunità energetica rinnovabile di respiro nazionale dedicata al settore agricolo

https://www.corriereortofrutticolo.it/da-confagricoltura-la-prima-comunita-energetica-rinnovabile-dedicata-al-settore-agricolo/

Centro Laimburg e Eurac Research danno vita al MultiOmics Centre for Food and Health, nasce il nuovo centro per la ricerca e l’innovazione in Alto Adige

https://www.italiafruit.net/centro-laimburg-e-eurac-research-danno-vita-al-multiomics-centre-for-food-and-health

La gomma naturale e la fotosensibilizzazione estendono la conservazione dell'ortofrutta fresca

https://www.freshplaza.it/article/9709000/la-gomma-naturale-e-la-fotosensibilizzazione-estendono-la-conservazione-dell-ortofrutta-fresca/

Una nuova soluzione di smart agriculture consente di gestire ogni operazione direttamente dal campo. E grazie a un’interfaccia intuitiva permette ai buyer della gdo di conoscere in anticipo la disponibilità in volumi e la qualità del prodotto coltivato

https://www.freshpointmagazine.it/produzione-mercati/innovazione/tyf-software-agricoltura-digitale-smart-agriculture/

Biostimolanti Conference: cinque protagonisti da tenere d'occhio

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/fertilizzazione/2025/03/10/biostimolanti-conference-cinque-protagonisti-da-tenere-d-occhio/86863

Il Mercato Agroalimentare della Sardegna lancia il marketplace dell’ortofrutta

https://www.fruitbookmagazine.it/il-mercato-agroalimentare-della-sardegna-lancia-il-marketplace-dellortofrutta/

Carne vegetale, crollano i consumi, Nestlé e Unilever si chiamano fuori

https://www.freshcutnews.it/2025/03/12/carne-vegetale-consumi-picco-nestle-unilever-si-chiamano/

Unconventional, società controllata da granarolo, investe nel meat analogue e 100% plant-based

https://www.freshpointmagazine.it/vegetarian-vegan/unconventional-meat-analogue-plant-based/

NGT: settimana decisiva per un quadro normativo chiaro per l’agricoltura europea

https://www.italiafruit.net/ngt-tea-settimana-decisiva-per-un-quadro-normativo-chiaro-per-lagricoltura-europea

Allagamenti in Romagna: costretti a usare i droni per concimare i terreni

https://www.freshplaza.it/article/9713544/allagamenti-costretti-a-usare-i-droni-per-concimare-i-terreni/

Articoli online 16-31 Marzo

OLIO

Secondo i dati del Consiglio oleicolo internazionale il consumo globale di olio di oliva dovrebbe aumentare del 10% nella campagna 2024/2025

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44591-le-prospettive-di-consumo-mondiale-dell-olio-di-oliva.htm

Quotazioni di mercato per gli oli da olive del 18 marzo 2025

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/mercati/quotazioni-oli-da-olive-18-03-2025.htm

Mentre le aziende statunitensi si tirano indietro sugli obiettivi climatici, i produttori USA di olio d'oliva mantengono la rotta

https://it.oliveoiltimes.com/world/as-u-s-firms-back-off-climate-targets-olive-oil-companies-stay-the-course/137665

Adottando sistemi di risparmio energetico è possibile migliorare le prestazioni energetiche e ambientali dell'oliveto, ma solo del 10%

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44601-possibile-migliorare-le-prestazioni-energetiche-e-ambientali-dell-oliveto-ma-solo-del-10.htm

L'export di olio di oliva italiano negli Stati Uniti cresce nonostante i prezzi elevati

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44610-l-export-di-olio-di-oliva-negli-stati-uniti-cresce-nonostante-i-prezzi-elevati.htm

Anche la Grecia ha la sua banca del germoplasma d'olivo

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44588-anche-la-grecia-ha-la-sua-banca-del-germoplasma-d-olivo.htm

L'olio extra vergine di oliva ad alto contenuto di polifenoli sarà la carta vincente sul mercato, presto ci sarà un consumatore pronto a recepire un valore salutistico che sia dichiarato e allo stesso tempo documentato

https://www.olioofficina.it/magazine/esperienze/salute/facile-dire-lolio-fa-bene-occorre-dimostrarlo.htm

Secondo il report di Ismea, nel 2024 la spesa per gli oli vegetali è continuata ad aumentare notevolmente, registrando un netto +18,2%, dopo il +7,6% del 2023 e il +18% del 2022. Anche quest'anno a trainare l'aumento della spesa sono gli oli EVO

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/economia-2/le-famiglie-italiane-e-landamento-dei-consumi-di-grassi-vegetali.htm

La refrigerazione pre-molitura a breve termine preserva la qualità delle olive

https://it.oliveoiltimes.com/production/short-term-pre-milling-refrigeration-found-to-retain-olive-quality/137684

All'ingrosso continua la crescita del valore dell'olio EVO nazionale, mentre cala ulteriormente quello del prodotto di importazione comunitaria. Aumentano le giacenze di olio Evo prodotto in Spagna e altri Paesi Ue

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2025/03/19/olio-evo-prezzi-in-crescita-per-il-prodotto-italiano/86989

Il Brasile elimina i dazi sull'olio di oliva

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44619-il-brasile-elimina-i-dazi-sull-olio-di-oliva.htm

L'Italia svela il piano per rivitalizzare il settore olivicolo

https://it.oliveoiltimes.com/production/italy-unveils-plan-to-revitalize-sector/137740

SafeH2OFarm: coltivazione sostenibile dell'olivo per ridurre l'inquinamento e salvare il Mediterraneo

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44620-safeh2ofarm-coltivazione-sostenibile-dell-olivo-per-ridurre-l-inquinamento-e-salvare-il-mediterraneo.htm

Le esportazioni di olio extravergine di oliva italiano hanno raggiunto i 2.5 miliardi di euro nel 2024, portando le esportazioni agroalimentari italiane a un record di 69 miliardi di euro, con gli Stati Uniti come mercato principale

https://it.oliveoiltimes.com/business/europe/rising-value-of-extra-virgin-olive-oil-exports-boosts-italys-agrifood-sector/137785

Ecco come indicare sull'etichetta dell'olio extravergine di oliva il claim salutistico sui polifenoli

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44639-ecco-come-indicare-sull-etichetta-dell-olio-extravergine-di-oliva-il-claim-salutistico-sui-polifenoli.htm

Il prezzo dell'olio di oliva al 21 marzo: precipita a 3,8 euro/kg l'extravergine spagnolo, stabile l'italiano

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44634-il-prezzo-dell-olio-di-oliva-al-21-marzo-precipita-a-3-8-euro-kg-l-extravergine-spagnolo-stabile-l-italiano.htm

Riduzione dell'impronta di carbonio dell'oliveto per generare crediti di carbonio

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44629-riduzione-dell-impronta-di-carbonio-dell-oliveto-per-generare-crediti-di-carbonio.htm

Olivicoltura 4.0: sensori e nuove tecnologie al servizio dell'olivo e degli olivicoltori

https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/44650-olivicoltura-4-0-sensori-e-nuove-tecnologie-al-servizio-dedll-olivo-e-degli-olivicoltori.htm

Italia olivicola chiede riconoscibilità per l'olivicoltura italiana

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/associazioni-di-idee/44648-l-italia-olivicola-chiede-riconoscibilit-per-l-olivicoltura-italiana.htm

Il governo marocchino ha implementato i regolamenti sulle esportazioni consentendo al contempo alle importazioni di mantenere l'equilibrio del mercato e proteggere il potere d'acquisto dei consumatori

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44646-il-marocco-dell-olio-di-oliva-pensa-al-mercato-interno.htm

La mancanza di progetti industriali per l'olio di oliva italiano è la morte del settore

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/editoriali/44655-la-mancanza-di-progetti-industriali-per-l-olio-di-oliva-italiano--la-morte-del-settore.htm

Conservare l'olio alla giusta temperatura è molto importante per mantenere inalterate tutte le caratteristiche organolettiche; un aiuto arriva da un bollino termovirante nelle etichette che sparisce quando la temperatura supera i 20°C

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2025/03/24/olio-ok-la-temperatura-e-giusta/86980

Il Consorzio olio di oliva Lucca DOP punta al riconoscimento

https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/44661-il-consorzio-olio-di-oliva-lucca-dop-punta-al-riconoscimento.htm

Export di olio di oliva tunisino a mezzo miliardo di euro. La Spagna è stata la destinazione principale dell'olio d'oliva tunisino a febbraio 2025, con il 26,9% delle quantità esportate, seguita da Italia e Stati Uniti con rispettivamente il 26,3% e il 23,9%

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44665-export-di-olio-di-oliva-tunisino-a-mezzo-miliardo-di-euro.htm

Quotazioni di mercato per gli oli da olive del 25 marzo 2025

https://www.olioofficina.it/magazine/economia/mercati/quotazioni-oli-da-olive-25-03-2025.htm

L'ultima revisione del Nutriscore premia l'olio di oliva al pari dell'olio di noci e dell'olio di colza, passando da C a B. Ancora però non si tiene conto del valore salutistico dell'extravergine e della letteratura scientifica

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44666-nutriscore-per-l-olio-di-oliva-ancora-non-ci-siamo.htm

L'uso di biochar e residui di potatura possono alleviare i vincoli microbici sui nutrienti e promuovere un ciclo bilanciato dei nutrienti, fornendo così strumenti validi per il ripristino dei suoli degradati degli oliveti

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44670-l-importanza-di-biochar-e-residui-di-potatura-per-l-equilibrio-nutrizionale-dell-olivo.htm

Qualità, trasparenza e tracciabilità per Carapelli Firenze. L'introduzione di un QR code in etichetta consentirà al consumatore di accedere a informazioni dettagliate su filiera e certificazioni di qualità, così da poter mettere in atto scelte più consapevoli già a partire dal punto vendita. Sono i vantaggi della tecnologia blockchain

https://www.olioofficina.it/magazine/terra-nuda/terra-nuda-2/qualita-trasparenza-e-tracciabilita-per-carapelli-firenze.htm

Coltivare olivi su piattaforme marine

https://www.olioofficina.it/magazine/codice-oleario/codice-oleario-2/olio-officina-festival-codice-oleario/coltivare-olivi-su-piattaforme-marine.htm

La concorrenza sleale dell'olio di oliva tunisino

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/associazioni-di-idee/44667-la-concorrenza-sleale-dell-olio-di-oliva-tunisino.htm

Gli esportatori italiani raddoppiano sul mercato statunitense nonostante i rischi tariffari

https://it.oliveoiltimes.com/business/north-america/italian-exporters-double-down-on-u-s-market-despite-tariff-risks/137906

La sfida con il mondo arabo dell'olio di oliva non deve essere più impari

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/editoriali/44675-la-sfida-con-il-mondo-arabo-dell-olio-di-oliva-non-deve-essere-pi-impari.htm

Le trappole più efficienti per il monitoraggio della mosca dell'olivo

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44679-le-trappole-pi-efficienti-per-il-monitoraggio-della-mosca-dell-olivo.htm

Metodi innovativi contro la rogna dell'olivo

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44673-metodi-innovativi-contro-la-rogna-dell-olivo.htm

CREEMLAB.

Si è svolto ieri a Roma il convegno sulla Certificazione ministeriale "Made Green in Italy" (MGI), promosso dall'imprenditrice olearia Alessia Zucchi, prima nel settore agroalimentare ad aver ottenuto la certificazione MGI

https://www.foodweb.it/2025/03/olio-evo-made-green-in-italy-accresce-la-competitivita-aziendale/

Pronta l'invasione di olio deodorato in Italia: 200 mila tonnellate per le offerte di olio extravergine di oliva a scaffale

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/editoriali/44683-pronta-l-invasione-di-olio-deodorato-in-italia-200-mila-tonnellate-per-le-offerte-di-olio-extravergine-di-oliva-a-scaffale.htm

I nuovi funghi che attaccano l'olivo in impianti superintensivi

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44676-i-nuovi-funghi-che-attaccano-l-olivo-in-impianti-superintensivi.htm

Olio extravergine di oliva di qualità: scelta consapevole o lusso superfluo?

https://www.teatronaturale.it/pensieri-e-parole/editoriali/44702-olio-extravergine-di-oliva-di-qualit-scelta-consapevole-o-lusso-superfluo.htm

Il prezzo dell'olio di oliva al 28 marzo: sale l'extravergine italiano, in affanno lo spagnolo

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44703-il-prezzo-dell-olio-di-oliva-al-28-marzo-sale-l-extravergine-italiano-in-affanno-lo-spagnolo.htm

Olivo, tre strategie per gestire la carenza di acqua

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agronomia/2025/03/28/olivo-tre-strategie-per-gestire-la-carenza-di-acqua/86654

I dirigenti di Filippo Berio vedono il ritorno dell'equilibrio nel mercato globale dell'olio d'oliva

https://it.oliveoiltimes.com/production/filippo-berio-execs-see-equilibrium-returning-to-the-global-olive-oil-market/138007

Le impronte digitali dei sesquiterpeni per verificare l'origine geografica dell'olio d'oliva

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44693-le-impronte-digitali-dei-sesquiterpeni-per-verificare-l-origine-geografica-dell-olio-d-oliva-vergine.htm

Il Consiglio oleicolo internazionale (COI) continua a far avanzare il suo Carbon Balance Project, tenendo la sua terza sessione di lavoro ibrida il 27 marzo 2025 presso la sua sede di Madrid

https://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/44699-carbon-balance-project-misurare-il-bilancio-del-carbonio-degli-oliveti.htm

Gestire l'irrigazione dell'olivo mediante sensori avanzati a radiofrequenza

https://www.teatronaturale.it/strettamente-tecnico/l-arca-olearia/44712-gestire-l-irrigazione-dell-olivo-mediante-sensori-avanzati-a-radiofrequenza.htm

Boom dei consumi e dell'export di olio di oliva: si torna ai livelli dei 2020

https://www.teatronaturale.it/tracce/economia/44719-boom-dei-consumi-e-dell-export-di-olio-di-oliva-si-torna-ai-livelli-dei-2020.htm

Di cosa si è parlato alla tredicesima edizione di Vigna & Olivo, nell'incontro dedicato all'olivicoltura? Miglioramento genetico, tutela dalle frodi alimentari

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agronomia/2025/03/31/innovazioni-colturali-e-tutela-dell-olio-extravergine-italiano/87077

KIWI

La Nuova Zelanda riprende le esportazioni di kiwiberry in Cina dopo nove anni di assenza

https://www.freshplaza.it/article/9711545/la-nuova-zelanda-riprende-le-esportazioni-di-kiwiberry-in-cina-dopo-nove-anni-di-assenza/

Kiwi, il caso Dormex: vietato in Italia ed Europa, ammesso in Grecia

https://www.fruitbookmagazine.it/kiwi-il-caso-dormex-vietato-in-italia-ed-europa-ammesso-in-grecia/

Zespri, raccolto record: i primi kiwi neozelandesi in partenza per Cina e Giappone. Zespri prevede infatti di commercializzare 200 milioni di vassoi, ovvero 720 mila tonnellate di kiwi Zespri Green, SunGold e RubyRed, in più di 50 mercati in tutto il mondo

https://www.fruitbookmagazine.it/zespri-raccolto-record-i-primi-kiwi-neozelandesi-in-partenza-per-cina-e-giappone/

Per i kiwi gialli, la vendita centralizzata è l'unica soluzione

https://www.freshplaza.it/article/9714098/per-i-kiwi-gialli-la-vendita-centralizzata-e-l-unica-soluzione/

CREEMLAB.

Il consiglio di Zespri ha approvato la messa a dimora di 170 ettari di piantagioni di kiwi a polpa rossa Red19 in Italia tra il 2026 e il 2028. L'obiettivo è rafforzare ulteriormente il marchio in Europa e realizzare la strategia di fornitura 12 mesi l'anno

https://www.fruitbookmagazine.it/zespri-il-kiwi-a-polpa-rossa-arrivera-in-italia-170-ettari-entro-il-2028/

La campagna commerciale di Kiwi Dulcis si conclude con un mese di anticipo rispetto alle previsioni, segnando un importante risultato per questa nuova varietà a polpa verde, 100% italiana

https://www.fruitbookmagazine.it/kiwi-dulcis-successo-e-chiusura-anticipata-della-campagna/

Zespri partner ufficiale del World engineering day

https://www.myfruit.it/news/zespri-partner-ufficiale-del-world-engineering-day

Previsioni incerte sui danni al kiwi in Grecia: troppo presto per valutazioni affidabili

https://www.freshplaza.it/article/9717750/previsioni-incerte-sui-danni-al-kiwi-troppo-presto-per-valutazioni-affidabili/

UVA DA TAVOLA

Stagione dell'uva da tavola, partenza in anticipo nel Metapontino

https://www.uvadatavola.com/stagione-delluva-partenza-in-anticipo-nel-metapontino/

Uva e-commerce Italia: cresce ancora il prezzo delle uve seedless

https://www.myfruit.it/news/uva-e-commerce-italia-ancora-su-il-prezzo-del-bis-seedless

Uva da tavola: il Cile punta su una nuova varietà

https://www.uvadatavola.com/uva-da-tavola-il-cile-punta-su-una-nuova-varieta/

Diradamento dell'uva: precisione ed efficienza con un robot

https://www.uvadatavola.com/diradamento-delluva-precisione-ed-efficienza-con-un-robot/

I volumi d'esportazione delle uve indiane saranno inferiori del 15-20%

https://www.freshplaza.it/article/9714073/i-volumi-d-esportazione-delle-uve-indiane-saranno-inferiori-del-15-20-per-cento/

Fitoregolatori in viticoltura: ottimizzare resa e qualità

https://www.uvadatavola.com/fitoregolatori-in-viticoltura-ottimizzare-resa-e-qualita/

Gelate, danni contenuti nei vigneti dell'Italia meridionale

https://www.uvadatavola.com/gelate-danni-contenuti-nei-vigneti/

Una campagna di promozione globale per l'uva da tavola

https://www.myfruit.it/news/una-campagna-di-promozione-globale-per-luva-da-tavola

Ritorno di freddo, danni ingenti sulle varietà di uva da tavola precoci, in particolare a Grottaglie e dintorni

https://www.uvadatavola.com/ritorno-di-freddo-danni-ingenti-sulle-varieta-precoci/

Uva e-commerce Italia: prezzi stabili, ecco le variazioni

https://www.myfruit.it/news/uva-e-commerce-italia-prezzi-stabili-ecco-le-variazioni

Have a Grape Day: un progetto globale per rilanciare l'uva da tavola come snack

https://www.uvadatavola.com/uva-da-tavola-uno-snack-da-valorizzare/

Sudafrica: l'export di uva da tavola supererà le aspettative. Con 351 mila tonnellate, si stima un aumento dei volumi spediti del 4%

https://www.italiafruit.net/sudafrica-lexport-di-uva-da-tavola-superera-le-aspettative

Coltivata ai piedi del Monte Fuji, in Giappone, l'uva Koshu è una varietà che unisce storia, resistenza e raffinatezza, distinguendosi per la sua duplice attitudine

https://www.uvadatavola.com/koshu-varieta-distintiva-per-caratteristiche-e-impieghi/

CREEMLAB.

Valore dell’uva da tavola: il 2 aprile un evento CUT rivolto a tutti gli attori della filiera, l’evento porrà l’accento su catasto varietale, aggregazione e strategie di mercato

https://www.uvadatavola.com/valore-delluva-da-tavola-il-2-aprile-un-evento-cut/

Confusione sessuale in vigneto: quando e come applicarla

https://www.uvadatavola.com/confusione-sessuale-in-vigneto-quando-e-come-applicarla/

In Indonesia eventi di degustazione di uva da tavola organizzati da coltivatori, commercianti e breeder

https://www.freshplaza.it/article/9717324/eventi-di-degustazione-di-uva-da-tavola-organizzati-da-coltivatori-commercianti-e-breeder/

Autumncrisp®: si allunga l’elenco di commercianti autorizzati. Questa espansione consentirà di portare il prodotto a un numero maggiore di rivenditori e consumatori a livello globale

https://www.uvadatavola.com/autumncrisp-si-allunga-lelenco-di-commercianti-autorizzati/

FRUTTA IN GUSCIO

Crescono le esportazioni di nocciole turche

https://nocciolare.it/ultime-notizie/crescono-le-esportazioni-di-nocciole-turche

Maltempo, ci sono problemi anche nei castagneti. In alcune aree fra Toscana e Romagna sono caduti quasi 200 millimetri di acqua in poche ore

https://www.freshplaza.it/article/9714192/maltempo-ci-sono-problemi-anche-nei-castagneti/

Il Messico ha perso da un giorno all'altro il suo più grande mercato per le noci pecan

https://www.freshplaza.it/article/9712815/il-messico-ha-perso-da-un-giorno-all-altro-il-suo-piu-grande-mercato-per-le-noci-pecan/

Gli USA sono tra i più grandi esportatori di mandorle, noci, pistacchi e uva sultanina, in Italia arriva prodotto per un controvalore di oltre 300 milioni di €. Le contromisure che l’Ue minaccia di mettere in campo, con dazi al 25%, rischiano di sconvolgere questo mercato e orientare gli operatori verso prodotti provenienti da Paesi dove le garanzie di salubrità sono inferiori

https://www.corriereortofrutticolo.it/dazi-di-pisa-non-ci-guadagna-nessuno-i-rischi-per-il-settore/

I funzionari turchi hanno espresso preoccupazione per i potenziali danni da gelo e neve ai noccioleti lungo la costa del Mar Nero

https://www.freshplaza.it/article/9713267/turchia-danni-da-gelo-minimi-ed-esportazioni-di-nocciole-in-crescita/

Prezzi delle noci di macadamia alle stelle: aumento del 37 per cento per la crescente domanda globale

https://www.freshplaza.it/article/9713610/prezzi-delle-noci-di-macadamia-alle-stelle-aumento-del-37-per-cento-per-la-crescente-domanda-globale/

Pili: la noce esotica che conquista le tavole e i pappagalli d'Europa

https://www.freshplaza.it/article/9714027/pili-la-noce-esotica-che-conquista-le-tavole-e-i-pappagalli-d-europa/

Aperto tavolo di confronto a sostegno della Nocciola del Piemonte

https://www.italiafruit.net/aperto-tavolo-di-confronto-a-sostegno-della-nocciola-del-piemonte

Crisi nocciola Piemonte: fondi per miglioramento genetico

https://www.myfruit.it/news/crisi-nocciola-piemonte-fondi-per-miglioramento-genetico

Falsa nocciola di Piemonte? Condanna a tre mesi

https://www.myfruit.it/news/falsa-nocciola-di-piemonte-condanna-a-tre-mesi

Come verrà attuato il Piano nazionale castagne francese da 5 milioni di €?

https://www.freshplaza.it/article/9713327/come-verra-attuato-il-piano-nazionale-castagne-da-5-milioni-di-euro/

Sabato 24 maggio a Cherasco, in Piemonte, si terrà la prima edizione de “Il Nocciolo – Prove in campo”, un evento innovativo che riunirà agricoltori, aziende e tecnici del settore corilicolo

https://nocciolare.it/ultime-notizie/il-futuro-della-corilicoltura-passa-da-cherasco-ecco-il-primo-evento-in-campo

Mandorla d'Avola, il Consorzio punta a crescere

https://www.myfruit.it/news/mandorla-davola-il-consorzio-punta-a-crescere

CREEMLAB.

La Yamhill è una varietà di nocciolo sviluppata dalla Oregon State University (OSU) caratterizzata da elevata produttiva e resistenza alle malattie. Introdotta nel 2008, è protetta da un brevetto e la sua riproduzione esclusiva per l'Italia è garantita da Agronuts Italy

https://nocciolare.it/partner/agronuts/la-yamhill-alta-produzione-e-adattabilita-eccezionale

La mandorla siciliana adesso è pronta per conquistare i mercati

https://www.freshplaza.it/article/9717238/la-mandorla-siciliana-adesso-e-pronta-per-conquistare-i-mercati/

Varietà, numero, disposizione e gestione: ecco i quattro fattori chiave per un'impollinazione efficace nel corileto e per una produzione ottimale di nocciole

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agronomia/2025/03/27/nocciolo-e-impollinazione-quattro-cose-da-sapere/87008

Frutta secca, l'Italia tra rischi e opportunità: cosa succede con i dazi USA

https://www.italiafruit.net/frutta-secca-litalia-tra-rischi-e-opportunita-cosa-succede-con-i-dazi-usa

Le esportazioni di nocciole dell'Azerbaigian sono aumentate del 23 per cento

https://www.freshplaza.it/article/9717749/le-esportazioni-di-nocciole-dell-azerbaigian-sono-aumentate-del-23-per-cento/

MIELE

L'Ecoschema 5, Livello 2, prevede la semina di essenze di interesse apistico per sostenere l'entomofauna utile, come le api. Chi vuole aderire a questo impegno deve però stare attento ad acquistare semente certificata

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2025/03/24/ecoschema-5-e-uso-del-seme-certificato-cosa-c-e-da-sapere/86922

Api e fitofarmaci, aggiornate le tabelle di tossicità

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/difesa-e-diserbo/2025/03/25/api-e-fitofarmaci-aggiornate-le-tabelle-di-tossicita/87010

Anagrafe Apistica, modificato il manuale operativo e rese più semplici le cose

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/zootecnia/2025/03/28/anagrafe-apistica-modificato-il-manuale-operativo-e-rese-piu-semplici-le-cose/87064

AGRUMI

Citrus Tristeza Virus, rilevati alberi infetti nell'arcipelago maltese

https://www.freshplaza.it/article/9713265/citrus-tristeza-virus-rilevati-alberi-infetti-nell-arcipelago-maltese/

L'arancia Rosaria più forte della siccità in Sicilia. L'Op, grazie agli investimenti in sistemi d'irrigazione innovativi, non ha risentito del calo produttivo della campagna 2024-25 che ha avuto perdite fino al 40%

https://www.freshpointmagazine.it/produzione-mercati/arancia-rosaria-siccita-sicilia/

Clementine premium, OP Armonia accelera con Perrina e Kino. Senza dimenticare il successo di Tang Gold. Nuove varietà per garantire un'offerta di eccellenza per otto mesi all'anno.

https://www.italiafruit.net/clementine-premium-op-armonia-accelera-con-perrina-e-kino

Forte calo dei prezzi dei limoni bio. passati da 1,30 a 0,25 €/kg

https://www.corriereortofrutticolo.it/prezzi-crollati-per-i-limoni-bio-paparoni-passati-da-130-a-025-euro-clienti-esteri-scomparsi/

Gli agrumi egiziani si sono affermati sul mercato indiano: l'Egitto è il principale fornitore di agrumi all'India, con il 61% delle importazioni totali in termini di valore

https://www.freshplaza.it/article/9713616/gli-agrumi-egiziani-sono-popolari-tra-i-consumatori-indiani/

Ripristinare la coltura del chinotto per diversificare la produzione e aumentare il reddito aziendale

https://www.freshplaza.it/article/9714609/ripristinare-la-coltura-del-chinotto-per-diversificare-la-produzione-e-aumentare-il-reddito-aziendale/

Il settore agrumicolo del Sudafrica punta alla crescita, nonostante le sfide

https://www.freshplaza.it/article/9714066/il-settore-agrumicolo-del-sudafrica-punta-alla-crescita-nonostante-le-sfide/

In Sicilia, la campagna agrumicola 2024/25 continua a essere difficoltosa, tant'è che tutte le aziende della Sicilia orientale ne risentono, con perdite che, a seconda dei casi, si stimano dal 25 al 40%

https://www.freshplaza.it/article/9714886/una-campagna-agrumaria-difficile-ma-non-impossibile/

Arance Tarocco pugliesi, cala il sipario

https://www.freshplaza.it/article/9715070/arance-tarocco-pugliesi-cala-il-sipario/

Prezzi del limone Fino in aumento: previsioni ancora migliori per la campagna del Verna

https://www.freshplaza.it/article/9715424/prezzi-del-limone-fino-in-aumento-previsioni-ancora-migliori-per-la-campagna-del-verna/

La scoperta di un nuovo gene potenzia la tolleranza al freddo nelle colture agrumicole

https://www.freshplaza.it/article/9712886/la-scoperta-di-un-nuovo-gene-potenzia-la-tolleranza-al-freddo-nelle-colture-agrumicole/

Allarme Greening, la nuova “Xylella” degli agrumi. È causata da un batterio, l’insetto diffusore al momento si trova in Nord e Sud America ma il rischio è che si avvicini all’Italia

https://www.freshpointmagazine.it/produzione-mercati/greening-xylella-agrumi-patogeni-malattia/

Domanda di arance supera l'offerta: da tre settimane riusciamo a malapena a raccogliere

https://www.freshplaza.it/article/9715927/domanda-di-arance-supera-l-offerta-da-tre-settimane-riusciamo-a-malapena-a-raccogliere/

La fine anticipata degli agrumi dell'emisfero nord è un inizio incoraggiante

https://www.freshplaza.it/article/9714599/la-fine-anticipata-degli-agrumi-dell-emisfero-nord-e-un-inizio-incoraggiante/

Limone di siracusa igp, boom della produzione. ora si punta ad aumentare l’export

https://www.corriereortofrutticolo.it/limone-di-siracusa-igp-boom-della-produzione-ora-si-punta-au-aumentare-lexport/

OP Agricor chiude una stagione positiva con il mandarino tardivo Tang Gold

https://www.italiafruit.net/op-agricor-chiude-una-stagione-positiva-con-il-mandarino-tardivo-tang-gold

L'Arancia Rossa di Sicilia protagonista a "Agricoltura È". Diana: «Dimostriamo l'importanza delle IG per l’agroalimentare italiano»

https://www.italiafruit.net/larancia-rossa-di-sicilia-protagonista-a-agricoltura-e

Il Tarocco tardivo arriva con un mese d'anticipo. Si conferma la tendenza delineata già nel mese scorso riguardo al calo dei consumi di agrumi

https://www.freshplaza.it/article/9716772/il-tarocco-tardivo-arriva-con-un-mese-d-anticipo/

Continuano le spedizioni di mandarini Orri Jaffa a fronte di una domanda elevata

https://www.freshplaza.it/article/9716320/continuano-le-spedizioni-di-mandarini-orri-jaffa-a-fronte-di-una-domanda-elevata/

Arancia Rossa di Sicilia IGP: una stagione di crescita tra qualità e nuovi mercati

https://www.italiafruit.net/arancia-rossa-di-sicilia-igp-una-stagione-di-crescita-tra-qualita-e-nuovi-mercati

Ottima produzione per il limone ma stentano le esportazioni

https://www.freshplaza.it/article/9717054/ottima-produzione-per-il-limone-ma-stentano-le-esportazioni/

Italia, prezzi in calo del 9 per cento per le arance, mentre rimangono stabili in Portogallo e aumentano in Spagna

https://www.freshplaza.it/article/9716346/italia-prezzi-in-calo-del-9-per-cento-per-le-arance/

All Citrus premiata dal Corriere della Sera per il bilancio di sostenibilità

https://www.fruitbookmagazine.it/all-citrus-premiata-dal-corriere-della-sera-per-il-bilancio-di-sostenibilita/

Sostegni accoppiati, novità in vista per gli agrumi (e non solo)

https://www.corriereortofrutticolo.it/sostegni-accoppiati-novita-in-vista-per-gli-agrumi-e-non-solo/

Italia e lime: produzione locale in aumento ma importazioni ancora essenziali

https://www.freshplaza.it/article/9717236/italia-e-lime-produzione-locale-in-aumento-ma-importazioni-ancora-essenziali/

Limone: richiesta elevata e consumi raddoppiati

https://www.freshplaza.it/article/9717728/limone-richiesta-elevata-e-consumi-raddoppiati/

CREEMLAB.

Le gelate riducono la produzione di agrumi in Turchia

https://www.freshplaza.it/article/9717771/le-gelate-riducono-la-produzione-di-agrumi-in-turchia/

Con LemOn il Limone di Siracusa Igp raggiunge più di 100 milioni di consumatori

https://www.freshpointmagazine.it/consumi-e-consumatore/numeri-e-previsioni/lemon-limone-siracusa-igp-campagna/

Usa, succo d'arancia in crisi. Cosa sta succedendo

https://www.myfruit.it/news/usa-succo-darancia-in-crisi-cosa-sta-succedendo

Il Sudafrica prevede esportazioni stabili di agrumi per la stagione 2025

https://www.freshplaza.it/article/9716834/il-sudafrica-prevede-esportazioni-stabili-di-agrumi-per-la-stagione-2025/

Crisi globale mercato del limone: la Sicilia prova ad approfittarne

https://www.italiafruit.net/crisi-globale-mercato-del-limone-la-sicilia-prova-ad-approfittarne

Focus sul mercato mondiale del lime

https://www.freshplaza.it/article/9718234/focus-sul-mercato-mondiale-del-lime/

Aumento delle vendite pari al 70 per cento per un limone tradizionale

https://www.freshplaza.it/article/9718368/aumento-delle-vendite-pari-al-70-per-cento-per-un-limone-tradizionale/

AVOCADO

Avocado: no alla disinformazione, i dati confermano la sostenibilità, sfatando una credenza diffusa

https://www.italiafruit.net/avocado-no-alla-disinformazione

L'avocado portoghese conquista nuovi areali

https://www.freshplaza.it/article/9714062/l-avocado-portoghese-conquista-nuovi-areali/

L'avocado, un frutto sempre più amato a livello globale, è spesso al centro di polemiche legate alla disinformazione, soprattutto per quanto riguarda il suo impatto ambientale

https://www.freshplaza.it/article/9714932/avocado-un-amico-non-un-nemico/

Avocado dell'Etna: un esempio di filiera corta e sostenibile

https://www.myfruit.it/news/avocado-delletna-un-esempio-di-filiera-corta-e-sostenibile

Frutta tropicale in Sicilia, Collura investe: “ora impianti in piena produzione”

https://www.corriereortofrutticolo.it/frutta-tropicale-in-sicilia-collura-investe-ora-impianti-in-piena-produzione/

Le inondazioni di Malaga limitano la raccolta di avocado, ma sono molto locali

https://www.freshplaza.it/article/9715340/le-inondazioni-di-malaga-limitano-la-raccolta-di-avocado-ma-sono-molto-locali/

Avocado in Gdo: tanto spazio, ma sarà nel posto giusto?

https://www.italiafruit.net/avocado-in-gdo-tanto-spazio-ma-sara-nel-posto-giusto

Record per le esportazioni di avocado marocchino a 56.700 tonnellate

https://www.freshplaza.it/article/9716290/incremento-per-le-esportazioni-di-avocado-marocchino/

I prezzi in campo del Lamb Hass valenciano non rispecchiano la situazione attuale

https://www.freshplaza.it/article/9717381/i-prezzi-del-lamb-hass-in-campo-non-rispecchiano-la-situazione-attuale/

Spreafico Francesco & F.lli, leader del settore ortofrutticolo da oltre 65 anni, annuncia il lancio dell’Avocado academy, un innovativo percorso formativo dedicato alla filiera dell’avocado

https://www.myfruit.it/news/parte-lavocado-academy-di-spreafico

CREEMLAB.

SURGELATI

Findus raggiunge il 100% di prodotti ittici certificati Msc e Asc, ponendo la salvaguardia dell'ambiente al centro della strategia aziendale

https://www.foodweb.it/2025/03/ora-il-pesce-di-capitan-findus-e-al-100-sostenibile/

Imballaggi per surgelati, ITP pluripremiata per il Freezy Peel

https://www.freshcutnews.it/2025/03/26/imballaggi-surgelati-itp-pluripremiata-freezy-peel/

ORTOFRUTTA

Serve un Piano strategico dell'ortofrutta italiana

https://www.italiafruit.net/serve-un-piano-strategico-dellortofrutta-italiana

Quanto costa il tuo kiwi? NaturaSì svela il prezzo

https://www.myfruit.it/news/quanto-costa-il-tuo-kiwi-naturasi-svela-il-prezzo

Lulù e Maya: le due nuove insalate "crunch" di Terra&Vita, da vertical farming

https://www.fruitbookmagazine.it/lulu-e-maya-le-due-nuove-insalate-crunch-di-terravita-da-vertical-farming/

Stop al libero scambio? L'impatto dei dazi su frutta e verdura negli USA. Le tariffe sui prodotti freschi da Canada e Messico potrebbero influire sull'accesso negli Stati Uniti e, quindi, sui consumi

https://www.italiafruit.net/stop-al-libero-scambio-limpatto-dei-dazi-su-frutta-e-verdura-negli-usa

Microplastiche, la ricerca: frutta e verdura potrebbero contrastarne la tossicità

https://www.fruitbookmagazine.it/microplastiche-la-ricerca-frutta-e-verdura-potrebbero-contrastarne-la-tossicita/

Gelate, danni all'ortofrutta da nord a sud

https://www.freshplaza.it/article/9715614/gelate-danni-all-ortofrutta-da-nord-a-sud/

Spagna: le piogge persistenti minacciano la stagione ortofrutticola

https://www.italiafruit.net/spagna-le-piogge-persistenti-minacciano-la-stagione-ortofrutticola

Notti polari in Puglia: inizia la conta dei danni, si rischiano perdite milionarie. Tutti gli areali produttivi colpiti: dai frutteti agli ortaggi i danni sono ingenti

https://www.italiafruit.net/notti-polari-in-puglia-inizia-la-conta-dei-danni-si-rischiano-perdite-milionarie

Battaglio a tutto campo: "banane e avocado sempre più convenzionali e meno esotici"

https://www.corriereortofrutticolo.it/battaglio-a-tutto-campo-banane-e-avocado-sempre-piu-convenzionali-e-meno-esotici/

Andamento della campagna dei frutti tropicali sulla costa di Granada

https://www.freshplaza.it/article/9715932/a-marzo-la-cherimoya-ha-raggiunto-prezzi-molti-interessanti/

Gen Z lontana dall'ortofrutta, ma non da tutta. Kiwi giallo, ananas e frutta secca le categorie per avvicinarli

https://www.italiafruit.net/gen-z-lontana-dallortofrutta-ma-non-da-tutta

Dal campo alla tavola: sfide e investimenti sottovalutati nella filiera ortofrutticola

https://www.freshplaza.it/article/9717257/dal-campo-alla-tavola-sfide-e-investimenti-sottovalutati-nella-filiera-ortofrutticola/

Vertical farming: il colosso americano Plenty presenta istanza di fallimento

https://www.fruitbookmagazine.it/vertical-farming-il-colosso-americano-plenty-presenta-istanza-di-fallimento/

Nomisma, ortofrutta: settore strategico che però soffre

https://www.myfruit.it/news/nomisma-ortofrutta-settore-strategico-che-pero-soffre

Gelate in Calabria: danni su kiwi e drupacee, ancora prematuro effettuare una stima precisa

https://www.freshplaza.it/article/9717706/gelate-in-calabria-danni-su-kiwi-e-drupacee-ancora-prematuro-effettuare-una-stima-precisa/

CREEMLAB.

A gennaio la Spagna spinge sull’export di frutta e verdura

https://www.italiafruit.net/a-gennaio-la-spagna-spinge-sullexport-di-frutta-e-verdura

Nomisma: l’Italia è il Paese con più organismi nocivi in Europa

https://www.italiafruit.net/nomisma-litalia-e-il-paese-con-piu-organismi-nocivi-in-europa

INNOVAZIONE

Insieme a un partner tecnologico globale come Microsoft, l'azienda Gregal, con un vasto know-how nel settore, ha lanciato VisionAgro, un sistema informativo integrato per il controllo e la gestione di tutti i processi della filiera ortofrutticola

https://www.freshplaza.it/article/9712910/sempre-piu-manager-considerano-la-tecnologia-un-alleato-strategico-per-ottimizzare-la-gestione-quotidiana/

A Ferrara nasce una serra idroponica a energia e consumo idrico zero

https://www.corriereortofrutticolo.it/a-ferrara-nasce-serra-idroponica-a-energia-e-consumo-idrico-zero/

La strategia push and pull che guida gli insetti lontano dalle colture. Ridurre l'uso dei fitofarmaci chimici di sintesi e migliorare la salute e la resilienza dell'agroecosistema. Questi i vantaggi di una strategia che sfrutta la comunicazione tra piante e insetti e i meccanismi naturali di attrazione e repulsione

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/difesa-e-diserbo/2025/03/17/la-strategia-push-and-pull-che-guida-gli-insetti-lontano-dalle-colture/86923

Aeroponica, EDO Radici Felici fa innovazione per la IV Gamma e non solo

https://www.freshcutnews.it/2025/03/18/aeroponica-edo-radici-felici-linnovazione-iv-gamma/

Prevedere le gelate con l’Ai: ecco il progetto Dati.Meteo4.0

https://www.freshpointmagazine.it/produzione-mercati/prevedere-le-gelate-con-lai-ecco-il-progetto-dati-meteo4-0/

Progettato da AIRLab del Politecnico di Milano in collaborazione con il Disaa dell'Università Statale di Milano, il nuovo prototipo di robot agricolo pensato per la raccolta della frutta

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agrimeccanica/2025/03/18/robotica-agricola-spazio-alla-ricerca-universitaria/86320

Biolab acquisisce lo stabilimento di Brendolan, storica azienda di affettamento di prosciutti, che destinerà soprattutto alla produzione di affettati vegetali

https://www.freshpointmagazine.it/produzione-mercati/san-daniele-plant-based-biolab-brendolan/

Le ricette per crescere? Innovazione e partner industriali

https://www.myfruit.it/news/le-ricette-per-crescere-innovazione-e-partner-industriali

Intelligenza artificiale, cosa stanno facendo le big corp?

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agricoltura-digitale/2025/03/24/intelligenza-artificiale-cosa-stanno-facendo-le-big-corp/86988

Automazione in agricoltura? La California fa da apripista

https://agronotizie.imagelinenetwork.com/agrimeccanica/2025/03/26/automazione-in-agricoltura-la-california-fa-da-apripista/87003

Parla l’amministratore delegato e co-fondatore della GreenOnyx, una startup israeliana, produttrice di Wanna Greens, microgreen conosciute anche come 'lenticchie d'acqua'.

https://www.freshplaza.it/article/9717291/il-nostro-prodotto-piu-semplice-di-uno-yogurt-piu-salutare-del-cavolo-riccio/