

Notiziario agricolo

MENSILE DELL'UNIONE PROVINCIALE DEGLI AGRICOLTORI DI FERRARA
Anno LXXII - N. 12 - Dicembre 2018 - Poste italiane S.p.A. - spedizione in Abbonamento Postale 70% - CN/FE

FOOD VALLEY

A Fico Eataly World l'evento promosso da Confagricoltura Emilia Romagna

Una numerosa rappresentanza di Confagricoltura Ferrara, guidata dal Presidente Pier Carlo Scaramagli, dal Direttore Paolo Cavalcoli e composta da dirigenti e funzionari di Confagricoltura Ferrara, oltre a rappresentanti di aziende associate, ha

ingrossato le fila dell'evento "Food Valley", organizzato da Confagricoltura Emilia Romagna il 3 dicembre a Fico Eataly. Con 57.919 aziende agricole e 4.835 alimentari, l'Emilia-Romagna esprime l'8% dell'imprenditoria "agrifood" italiana

(117.400 posti di lavoro) e manda all'estero 974 milioni di euro di prodotti agricoli più 5.295 milioni di food & beverage, cioè una quota pari ad oltre il 15% dell'intero export agroalimentare del Paese nel 2017. È la terza regione esportatrice dopo



IN QUESTO NUMERO

ATTUALITA'

Food Valley A Fico Eatly World l'evento promosso da Confagricoltura Emilia Romagna	265
Potenzialità del Made in Italy agroalimentare a tutela della dieta mediterranea	267
Israele-Confagricoltura: 70 anni di storia e innovazione	268
Doppia partnership di Confagricoltura a EIMA International	269
Confagricoltura presente a Ecomondo Key Energy	269
Prosegue il trend negativo del mais	272
Radicchio rosso di Mesola, un'orticola delle sabbie	273
Merendiamo in salute Prosegue negli asili l'educazione ad una merenda sana e nutriente	274
Convegno cimice asiatica e maculatura bruna	276
Assemblea provinciale ANPA Confagricoltura Ferrara	278
Il 3 dicembre a Torino gli Stati Generali delle maggiori organizzazioni degli imprenditori	280
A Codigoro la Scuola di Agricoltura di precisione	280

LE AZIENDE DI CONFAGRICOLTURA FERRARA

Aziende Agricole Minelli Matteo "Minelli Garden"	282
--	-----

TRIBUTARIO - FISCALE

Fatturazione elettronica: gli incontri dedicati alle aziende	283
---	-----

TECNICO - ECONOMICO

Quaderno di campagna e smaltimento rifiuti agricoli	284
Abilitazione all'uso delle macchine agricole: scadenza del 31 dicembre 2018	284

L'angolo delle curiosità

Leavenworth: il borgo più natalizio d'America	285
---	-----

Piccoli annunci	286
-----------------	-----

Veneto e Lombardia; si conferma prima su tutte nelle vendite all'estero di carni e salumi (il 37% dell'export italiano di settore) e di pasta (il 21%); solo seconda al fotofinish nell'ortofrutta (dopo il Veneto) e nel lattiero-caseario (dopo la Lombardia), peraltro quest'ultimo comparto ha messo a segno in regione la crescita più significativa nell'ultimo quinquennio: +40%. Questi i numeri estrapolati dal Focus Nomisma "Competitività e prospettive di sviluppo per l'agroalimentare italiano" presentato in occasione dell'evento ad una sala stracolma di agricoltori, agroindustriali e rappresentanti istituzionali, alla presenza del Sottosegretario al Ministero delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, Franco Manzato e del Presidente della Regione Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini. Sono intervenuti, il Presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti, la Presidente di Confagricoltura E.R. Eugenia Bergamaschi, Denis Pantini, direttore di Nomisma Agroalimentare, il Presidente di Federalimentare, Ivano Vacondio e l'Ad di Mutti spa, Francesco Mutti. L'apporto dell'agricoltura italiana all'export agroalimentare, l'incidenza dell'Emilia-Romagna con i prodotti simbolo, la centralità della filiera come leva di successo sui mercati esteri, sono solo alcuni dei temi scandagliati dai partecipanti alla tavola rotonda, moderata dal caporedattore del Tgr Rai Emilia-Romagna Antonio Farnè. L'export agroalimentare dell'Emilia-Romagna è cresciuto del 22% nel periodo 2012-2017. Nel primo semestre 2018 si è registrato un incremento del 4% contro una media a livello nazionale del +1,2%. "Al governo e alla classe politica chiediamo di dar vita ad un Piano strategico per l'agroalimentare made in Italy, che punti ad aumentare la competitività delle imprese attraverso infrastrutture più efficienti, investimenti in ricerca e innovazione, digitalizzazione, rilancio dei rapporti interprofessionali e accordi commerciali che consentano di crescere sui mercati este-

ri", così il Presidente di Confagricoltura Giansanti. "Aggregazione e sburocrazizzazione sono i punti cruciali per avere un'agricoltura di successo, ma abbiamo anche bisogno di uno Stato che comprenda la valenza economica, sociale e turistica delle aziende agricole e di una più puntuale politica di promozione all'estero, per attrarre quei consumatori che sappiano apprezzare la qualità e il valore aggiunto dei nostri prodotti. Le filiere del food & beverage trainano il made in Italy all'estero e imprimono l'acceleratore sul turismo incoming. Al centro c'è una fitta rete di relazioni che legano l'uomo alla terra, all'agricoltura all'industria. Occorre una politica focalizzata sul binomio cultura e impresa, che sappia coniugare le bellezze storico-paesaggistiche all'agrifood di qualità capace di suscitare grande attrattiva oltreconfine", queste le parole di Eugenia Bergamaschi, regista dell'evento. "Pur rappresentando, con poco più di 40 miliardi di euro, solamente il nono esportatore mondiale di prodotti agroalimentari, le potenzialità di crescita del Made in Italy all'estero sono ancora rilevanti, soprattutto se si riesce ad allargare la base degli esportatori, pari ad appena il 15% delle imprese alimentari italiane" ha spiegato Denis Pantini, direttore Nomisma Agroalimentare che ha aggiunto "L'agribusiness regionale ha registrato all'estero un balzo del 4% nei primi 6 mesi del 2018 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In particolare, si consolida la presenza di prodotti agricoli sul mercato tedesco (275 milioni) e francese (87 milioni), con un incremento pari, rispettivamente, a +15,7% e +13%. In crescita anche il mercato statunitense: +49%. Ma la fetta più grossa spetta ai prodotti trasformati (food & beverage), con quasi 910 milioni di prodotti venduti in Germania (+4%) e 790 milioni in Francia (+4,2%). Bene anche nel Regno Unito (420 milioni) e negli Usa (408 milioni); in crescita del 6,8% il giro d'affari in Canada. Sorprende il mercato cinese (32 milioni), con un + 22%.