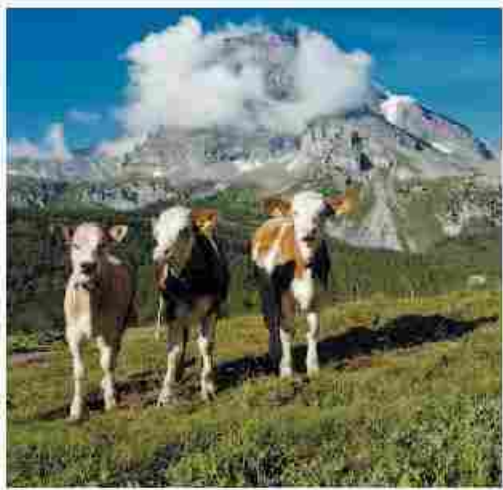


Italia & EuropaACURA DI **Marco Zatterin****Etichette****Si afferma la montagna**

Opzione importante anche se facoltativa. Gli agricoltori e i trasformatori europei che operano nelle zone di montagna potranno valorizzare i loro cataloghi scrivendo sull'etichetta l'indicazione «prodotto di montagna». La possibilità riguarda ogni genere derivata da animali allevati ad alta quota. Potrà invece essere applicata anche ai prodotti dell'apicoltura, se le api hanno raccolto il nettare e il polline esclusivamente in montagna.

**Affari/1****Export da primato**

Ecco un nuovo record. L'Ue è diventata il maggiore esportatore di prodotti agricoli e alimentari al mondo. Lo scrive la Commissione Ue segnalando che «nel 2013 l'export agroalimentare ha continuato a crescere raggiungendo i 120 miliardi». Le importazioni sono rimaste stabili, così il saldo commerciale ha registrato un avanzo pari a 18,5 miliardi. La crescita delle esportazioni nel 2013 può essere in gran parte attribuita alle materie prime, in particolare grano e orzo.

Affari/2**Tirano i cereali**

Grande domanda per la produzione di cereali europea ed italiana. Quest'anno le stime delle organizzazioni agricole della Ue rilevano il giro d'affari a dodici stelle è in crescita del 2,3% rispetto ai livelli dello scorso anno. Il raccolto di cereali (riso escluso) dovrebbe situarsi a 304,1 milioni di tonnellate (297,4 nel 2013), dato in controtendenza con il resto del mondo. Buoni i numeri italiani: produzione a 15,94 milioni di tonnellate rispetto ai 15,70 milioni del 2013.

Pomodori**Maggiori tutele**

Maggiore tutela per i produttori europei, più garantiti rispetto all'offensiva del Marocco nel settore degli ortofrutticoli, in particolare di pomodori. È stato raggiunto un accordo sul prezzo di entrata nell'Ue. L'obiettivo è quello di rassicurare il comparto, preoccupato dalla possibilità concessa agli operatori di fatturare i loro pomodori qualche giorno dopo l'arrivo in Europa, lasciando spazio a eventuali manipolazioni di prezzo per evitare il pagamento di diritti doganali.

Il ministro e il Patto Ue-Usa “Ora rompiamo il muro americano su Igp e tariffe”

MAURIZIO TROPEANO
TORINO

Ogm. Barriere tariffarie e barriere sanitarie. La vendita dei domini internet (.wine e .vin) decisa dall'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers e che trova la ferma opposizione italiana. E, soprattutto, la madre di tutte le battaglie: la tutela delle indicazioni geografiche. Ecco il dossier agricolo del braccio di ferro tra Europa e Usa sul Partenariato Transatlantico per il commercio e gli investimenti (Ttip). Il primo atto formale del ministro dell'Agricoltura, Maurizio Martina, come avvio del semestre di presidenza italiana dell'Ue sarà

**Martina pronto
a lanciare la trattativa
«Loro difendono
i marchi, noi i territori»**

l'incontro con il suo collega Tom Vilsack. L'obiettivo è di «avanzare» in quella che si preannuncia come una trattativa complicata e difficile: «Partiamo - spiega il ministro - da due visioni diverse: gli americani sono molti orientati sui marchi mentre noi italiani e il resto dei paesi europei siamo interessati a difendere e valorizzare le indicazioni geografiche e i territori. Ci sarà molta strada da fare».

Ma quali sono i dossier aperti? Coldiretti ha messo a punto un dossier di criticità a

1
Le barriere
Le trattative riguardano sia il tema delle tariffe che le norme sanitarie

2
Internet
Italia e Ue daranno battaglia sulla vendita dei domini .wine e .vin

3
Ogm
I produttori italiani chiedono di escludere dal negoziato questo tema

partire dagli Ogm che non devono far parte del negoziato viste le implicazioni negative che ne potrebbero derivare in termini di sicurezza alimentare, ambientale ed economici. Resta aperta anche un'altra questione: mantenere invariato il divieto di importare prodotti trattati con ormoni nel rispetto della normativa vigente nel vecchio continente che garantisce standard di sicurezza alimentare più elevati.

E poi c'è la madre di tutte le battaglie: la tutela delle produzioni agro-alimentari italiane dalla contraffazione alimentare. Il cosiddetto fenomeno dell'Italian sounding è molto diffuso sul mercato statunitense dove i prodotti alimentari made in Italy taroccati valgono quasi 20 miliardi. Secondo il ministro «è necessario individuare nuovi strumenti per difendere i nostri prodotti. Lavoreremo sulla possibilità di introdurre il divieto di evocazioni di colori, nomi, storie che possono richiamare l'Italia».

Trattativa complessa anche per quanto riguarda l'accesso al mercato americano dove «l'obiettivo è di migliorare la nostra capacità di superare gli altri ostacoli: cioè norme tecniche e restrizioni sanitarie e fitosanitarie che rendono difficile il commercio per l'olio extravergine di oliva («reagiranno con fermezza alle campagne diffamatorie», precisa il ministro) e l'ortofrutta. E poi è necessario difendere le altre produzioni sensibili per l'Italia: riso, carne bovina, suina e di pollame.



Nel braccio di ferro tra Europa e Usa un capitolo importante è rappresentato dagli Ogm

«Loro difendono i marchi, noi i territori»

Roberto Moncalvo, presidente Coldiretti, mette i paletti dei produttori: «Le opportunità che vengono dall'accordo non devono fare sottovalutare i rischi di indebolire gli elevati standard di qualità e sicurezza alimentare presenti sul mercato europeo». Tradotto vuol dire «respingere il pressing delle multinazionali del cibo». Martina sa che il negoziato è in salita ma si augura che la «scelta degli Usa di partecipare all'Expo dove il tema centrale è quello di nutrire il pianeta possa servire per trovare un comune terreno di confronto e collaborazione».

Sostiene Slow Food

CINZIA SCAFFIDI

La moria delle api negli Stati Uniti piccola storia di disastro annunciato

Una piccola storia di disastro annunciato. La situazione delle api, negli Stati Uniti, è al capolinea. Durante l'inverno scorso oltre il 23% degli alveari è stato sterminato, e solo nella scorsa primavera se ne sono persi altri quattrocentomila. Ora Obama ha finanziato una task force che studi la situazione e verifichi la dannosità di alcuni prodotti chimici, pesticidi neonicotinoidi in primis. Le ricerche europee, evidentemente, non vengono ritenute attendibili.

«Finalmente» la moria delle api è diventata un problema economico, quindi l'amministrazione Usa interviene. Il danno, per essere preso in considerazione, deve riguardare il portafoglio di qualcuno. Questo qualcuno, intendiamoci, non sono gli apicoltori, che evidentemente anche in Usa hanno uno status produttivo non particolarmente rilevante. Sono le società di capitale delle grandi monoculture del paese, in particolare dei mandorleti della California. Questo prodotto - a basso costo e di bassa qualità - ha invaso meno di vent'anni fa i

mercati del mondo (incluso il nostro, che ne è stato devastato) per la sua semplicità di lavorazione. La mandorla californiana infatti ha dimensioni maggiori e un guscio più morbido. Quest'ultima caratteristica, che la rende cara all'industria dolciaria, la rende anche particolarmente vulnerabile agli attacchi dei parassiti sicché viene abbondantemente irrorata di pesticidi. Così le api muoiono, e i produttori di mandorle si ritrovano con i loro mandorleti senza impollinatori. Riusciranno i nostri eroi a fare ricerca indipendente per dimostrare che la causa della moria di api sta nei trattamenti chimici dei prodotti agricoli? Riusciranno gli altri eroi a creare normative di sostenibilità agricola conseguenti a risultanze scientifiche indipendenti? In un paese come gli Usa, in cui sia la ricerca che la programmazione agroalimentare sono in mano alle multinazionali che non solo finanziano le università, ma collaborano con il governo a scrivere i documenti di programmazione, le speranze sono deboli come un ronzio.

Albenga

Caccia alle frodi con false olive taggiasche

Parte la caccia alle false olive taggiasche e a guidare la ricerca delle frodi sono i tecnici della Camera di Commercio di Savona, in servizio nell'azienda speciale di Albenga. «Dal 2010 il laboratorio chimico merceologico ha iniziato la campionatura sulle raccolte di olive del cultivar taggiasco, la tipica produzione del ponente ligure. In base ai risultati abbiamo elaborato un metodo analitico per controllare l'autenticità del prodotto», spiega Luca Medini, direttore dell'Azienda speciale.

«Lo studio si fonda sulle tecniche di analisi per la caratterizzazione dell'oliva taggiasca in salamoia mediante la spettroscopia. Lo scopo della ricerca è la prevenzione della commercializzazione di prodotti contraffatti con olive di altre varietà, morfologicamente simili ma decisamente più economiche rispetto alle olive in salamoia taggiasche, di maggior valore commerciale», sottolinea Medini.

«Il nostro sistema di analisi ci consente di distinguere le



Liguri
L'oliva di varietà taggiasca è tipica della Riviera

olive di altre qualità, anche quelle molto simili come il leccino e il coquillo, potenzialmente utilizzabili nelle frodi alimentari. Bastano trenta grammi di pasta di oliva per riconoscere, con l'uso di uno spettrometro, se le olive esaminate sono o meno autentiche taggiasche. In questo modo è possibile prevenire frodi alimentari, come quella verificatasi nei giorni scorsi nella provincia di Imperia, dove olive pugliesi erano spacciate per taggiasche», conclude Medini. [A.F.]