

LA NOVITA'



Nel 2006 nel Lazio si è registrato un incremento del lavoro del 116 per cento

Agricoltura, cresce l'occupazione

OCCUPAZIONE in crescita nel settore agricolo laziale: nel corso del 2006 l'aumento dei posti di lavoro è stato pari al 116 per cento. È raddoppiata in particolare la presenza delle donne, passate dalle 9mila a 18mila unità. Il segnale è forte e importante, soprattutto se paragonato ai dati dei precedenti cinque anni, che hanno registrato una perdita di oltre 15mila posti di lavoro, una perdita «avvenuta nel più assoluto silenzio», secondo l'assessore al bilancio della Regione Lazio, Lui-

gi Neri. I dati sono resi pubblici nel corso della presentazione di "Primavera Bio", la campagna dell'Associazione Italiana Agricoltura Biologica che vede protagoniste alcune aziende che coltivano prodotti bio.

Neri è intervenuto sottolineando come l'agricoltura biologica costituisca «una sfida e una realtà» per le istituzioni, usando toni ottimisti per il futuro e richiedendo «uno sforzo straordinario» per mettere a profitto le risorse del settore. L'assessore ha molto battuto su questo

punto: «Nonostante i passi avanti le piccole aziende, veri e propri presidi della produzione biologica, sono ancora in grave sofferenza».

Il ruolo di leadership del Lazio in termini di consumi di prodotti biologici è stato inoltre messo in risalto dall'assessore regionale all'agricoltura Daniela Valentini, la quale ha infatti dichiarato: «La nostra regione, con più di 2.500 aziende bio, è tra i principali consumatori di prodotti biologici a livello nazionale».

Nasce il primo «business to business» tra i grossisti del Car e i ristoratori

Il Centro Agroalimentare presenta l'orto delle delizie In vetrina alla Nuova Fiera di Roma

IL CAR, il Centro Agroalimentare Roma di Guidonia presenta il proprio «orto delle delizie».

I grossisti del Centro Agroalimentare Roma presentano ai "buyers" del canale ho-re-ca (hotel, catering, restaurant) i prodotti, i servizi, le informazioni, le proposte ed i fattori di successo che distinguono la loro offerta commerciale. Tra grossisti e ristoratori il primo "business to business" di categorie decisive per le economie del terziario romano.

La società di gestione e i grossisti del Centro Agroalimentare Roma mettono in mostra nella Nuova Fiera di Roma i loro servizi più efficienti e competitivi e i loro prodotti più genuini e succulenti per ampliare la clientela nel settore-chiave dei pubblici esercizi e rilanciare i consumi in crisi di salubri prodotti freschi del Lazio e non solo.

Questi, gli obiettivi primari dell'"Orto delle delizie": il primo "business to business" che la società Cargest ha voluto organizzare d'intesa con la Regione Lazio e il suo ente di promozione agricola, Arsial, come meeting di affari tra una autorevole rappresentanza di aziende commerciali del Car e un grup-

I grossisti del Car presentano l'orto delle delizie. Prodotti, servizi, informazioni proposte e i fattori di successo saranno illustrati ai ristoratori



po altrettanto prestigioso di "buyer" romani del cosiddetto canale "horeca" - pubblici esercizi (hotel, catering, restaurant) - sia della Fipe-Confcommercio che della Fiepet Confesercenti. Nell'ambito della storica I' edizione romana di "Cibus" (Il Salone della alimentazione italiana di

Prodotti sotto i riflettori di Cibus

I RIFLETTORI di Cibus puntati sulle varietà ortofrutticole dell'Orto delle Delizie.

Si fa presto a dire "ortofrutta" e pur limitando l'ampiezza semantica del termine ai soli prodotti tradizionalmente eccellenti dell'agricoltura laziale, chi non è "addetto ai lavori" stenta talvolta a credere all'infinita molteplicità varietale delle specialità alimentari delle campagne romano-laziali, che i commercianti all'ingrosso del Car lunedì mattina presenteranno ai ristoratori e agli albergatori della Confcommercio e della Confesercenti di Roma. Due esempi emblematici: «Anche tra gli agronomi e tra gli scienziati naturalisti - esagera un po' Riccardo Pompei ex presidente della Fedagro-Roma - sono pochissimi coloro che conoscono tutte e sei le varietà degli asparagi in commercio nel Car quando è stagione.

Ma ancora di meno sono quelli che,

alla pari del sottoscritto le hanno assaggiate tutte e sei e ne conoscono bene le diverse sfumature di gusto».

Ma altrettanto vasta e addirittura spettacolare si può definire la grande varietà dei pomodori più tipicamente romani, che danno tutto il meglio di loro dal mese di luglio.

C'è la varietà Pantano (che si trova soltanto nel Lazio), ma anche quelle Casalino e Spagnoletta (più tipici del basso Lazio), c'è il Cuore di bue (un prodotto da sugo che qualcuno chiama Roma), ma non mancano prodotti più convenzionali e di maggior commercializzazione come San Marzano verdi e rossi, i ciliegini o pomodori a grappolo (sono presenti tutto l'anno) mentre i Colonna prendono il nome dal paesino sulla via Casilina, ma a Roma di solito si chiamano più comunemente Pomovi, per il loro caratteristico formato ovoidale.

qualità), una ventina di grossisti ortofrutticoli del Car ha quindi fissato un appuntamento per lunedì 16 alle 12,30 nello stand della Regione Lazio (del nuovissimo complesso fieristico sulla Portuense) a un numero analogo di imprenditori della ristorazione, dell'accoglienza, dei ri-

cipienti e delle mense aziendali, innanzitutto per metterli al corrente dei grandi progressi di ordine organizzativo e qualitativo compiuti dalle aziende trasferite al Car dalla via Ostiense soltanto cinque anni fa.

Nel 2002, era impensabile che i grossisti dei merca-

ti generali potessero presentare a operatori dell'accoglienza e della ristorazione la loro offerta merceologica e la loro organizzazione aziendale con il "marketing-mix" di prodotti, prezzi, servizi, garanzie e che lo stesso potessero fare i gestori della vecchia Annona comunale.

«Ma negli ultimi cinque anni - spiega l'amministratore delegato di Cargest Massimo Pallottini, che ha voluto mettere in vetrina i prodotti e i servizi del Car - Roma ha fatto passi da gigante anche nella gestione di strutture complesse come il Car e attive nei commerci all'ingrosso, nella logistica, negli stoccaggi refrigerati, nell'innovazione di processo e di prodotto, nei controlli igienico-sanitari, nell'integrazione e nell'accorciamento delle filiere, nella comunicazione, nell'orientamento ai consumatori, nella lotta al lavoro nero e nella prevenzione di quei fenomeni odiosi noti in passato nel settore come accaparramenti, in-cette, aggiottaggi, penurie e speculazioni.

Se il Car è giustamente considerato all'avanguardia tra i grandi poli distributivi del Paese, non deve stupire che la società di gestione si occupi anche di promuovere gli scambi delle aziende interne».

Avrà dunque lo stesso carattere spiccatamente commerciale di "Cibus" il meeting di lunedì organizzato da Cargest sotto l'insegna dell'"Orto delle delizie" come incontro d'affari tra due delle categorie più attente a un rilancio prossimo ed imprenditorialmente proficuo dei consumi ortofrutticoli che da anni in Italia diminuiscono con gravi danni non solo economici ben distribuiti in agricoltura, nel commercio, nella bilancia dei pagamenti e nella Sanità.

I segnali che arrivano parlano di un'inversione di tendenza rispetto al 2004 e al 2005

Nell'ultimo anno timida incoraggiante ripresa

NEL CONTESTO economico mondiale con trend più o meno lievi alla crescita, il settore agroalimentare registra una timida ripresa rispetto alle tendenze negative del 2005 sul 2004. Nell'Ue a 25 il 2005 vide una forte contrazione della produzione agricola rispetto all'eccezionale 2004 (-6% nel 2005 contro il +5% del 2004 - ISMEA Rapporto annuale sull'evoluzione del Sistema agroalimentare italiano 2006) a causa di una flessione generale dell'offerta in tutta l'Unione. Questo fenomeno si è avuto per il calo delle produzioni vegetali (-10%) e la lieve riduzione di quelle zootecniche (-2%). I risultati sono ancora peggiori nell'Unione Europea a 15 con un calo dell'output agricolo del 7% circa (I-smea), dovuto tra l'altro alla riforma

della Politica Agricola Comune. L'Italia conserva comunque un ruolo di rilievo in ambito comunitario contribuendo fortemente alla produzione agricola totale dell'Ue a 25, seconda solo alla Francia.

Il quadro nazionale - In Italia, in linea con il resto dell'Ue a 25, prosegue il calo delle produzioni ortofrutticole registrato nel 2005. Nel 2006 previsti cali di produzioni ortofrutticole del 5,6% rispetto al 2005 con 24,5 milioni di tonnellate (di cui 15,1 milioni di tonnellate ortaggi, 3,5 milioni di tonn. agrumi, 5,9 milioni di tonn. di frutta fresca), contro 26,9 milioni di tonn. dell'anno prima (elaborazioni Associazione Nazionale Esportatori Importatori Ortofrutticoli e Agrumari - ANEIOA su previsioni ISTAT). No-

stante nel 2004 le produzioni fossero di 28,3 milioni di tonnellate, nell'ultimo triennio le condizioni climatiche favorevoli hanno confermato livelli medio e alti e superiori comunque a quelli del 2003. Per il 2006 si può prevedere, rispetto al 2005, un fatturato complessivamente in crescita del 2,7% con 22,6 mld. di euro. Le esportazioni nel 2006 in Italia hanno visto una flessione nelle quantità (-1,4 % con 3,49 milioni di tonnellate) ed un aumento nel valore (+3,8 % con 2,9 milioni di euro). Il saldo attivo tra export ed import del comparto ortofrutticolo è cresciuto del 20,3%, passando da 533,4 milioni di euro del 2005, ai 641,9 milioni di euro del 2006 (ANEIOA presentazione dati a MAC Fruit 2007 - Cesena).

