



FLAI-CGIL

01 - 05 luglio 2015

INDICE

SCENARIO AGROALIMENTARE

03/07/2015 L'Unità - Nazionale	4
Innovazione il futuro dell'agricoltura	
02/07/2015 Libero - Nazionale	5
Il re del riso conquista l'Expo	

BIG PLAYERS SETTORE AGROALIMENTARE

03/07/2015 Espansione	8
agroalimentare verso i 50 miliardi di export	

SCENARIO AGROALIMENTARE

2 articoli

Diario dall'Expo

**Maurizio
Martina**
MINISTRO
DELLE
POLITICHE
AGRICOLE E
ALIMENTARI



Innovazione il futuro dell'agricoltura

Era il 1913 quando il primo trattore fece la sua apparizione negli Stati Uniti. In pochi anni il suo impatto fu impressionante: sostituì 20 milioni di animali usati per la trazione, le superfici agricole aumentarono del 30% e ci furono 32 milioni di ettari di nuovi terreni destinati alla produzione di alimenti. Ecco come l'innovazione in agricoltura può rappresentare davvero un elemento di cambiamento radicale del modello produttivo. Quale sarà il "trattore" del 2020? Su questa sfida lavorano i Paesi che partecipano ad Expo, mettendo a confronto soluzioni tecnologiche, buone pratiche, idee per rispondere ad una domanda cruciale: come garantire cibo sano, sicuro e sufficiente a una popolazione mondiale in crescita? In questo contesto l'Italia vuole fare la sua parte. Siamo pronti a lanciare il primo Piano nazionale per l'agricoltura di precisione, per proiettare il nostro Paese nel futuro. Siamo convinti che il nostro Paese potrà diventare leader europeo nell'utilizzo di tecnologie in agricoltura. Dai droni alla mecatronica, dai satelliti ai sistemi di risparmio di acqua: investiremo su questo 1 miliardo di euro fino al 2020 per rendere le imprese più competitive, aumentare la sostenibilità e la produttività. Anche in agricoltura il futuro è appena iniziato.

@maumartina

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Al padiglione di Intesa Sanpaolo

Il re del riso conquista l'Expo

Dario Scotti: «Tradizione e tipicità sono i segreti per affrontare la sfida sui mercati globali»

■ ■ ■ MARIANNA BAROLI

■ ■ ■ Eccellenza dei suoi grani, qualità e ottimo risultato gastronomico. Queste sono le parole chiave che contraddistinguono Riso Scotti, il marchio di riso official sponsor del cluster riso all'interno di Expo 2015. Il messaggio di Riso Scotti, «affermare il valore della tradizione e della tipicità dei risi italiani, nell'intento di far conoscere al mondo la straordinaria specialità gastronomica del risotto», si inserisce perfettamente nel tema principale di Expo 2015 «Nutrire il pianeta, energia per la vita» e vi partecipa attivamente con incontri e confronti di culture, gusti e sapori. Riso Scotti, con la sua ultra centenaria tradizione, diventa così uno dei simboli di questa Esposizione Universale.

Per inserirsi ancor più nel contesto, l'azienda ha scelto di esporre ai visitatori in un modo semplici eppur innovativo il metodo di trasformazione che la riseria utilizza per lavorare i chicchi migliori da oltre 150 anni. Un esempio? Il macchinario del 900 Paddy, esposto oggi all'esterno del Cluster Riso, fu modificato dalla Riseria Scotti nel 1963, su input di Ferdinando Scotti (quarta generazione di risieri Scotti) e che passò da tre piani inclinati a cinque, per consentire la lavorazione di una produzione in costante crescita. La storia dell'azienda Scotti inizia da Pietro Scotti, nel 1860. All'epoca, la Riso Scotti non era altro che un'azienda agricola dedita alla raccolta del riso grezzo presso i contadini della zona per i quali il signor Scotti lavorava il cereale che commercializzava verso terzi. Per effetto dei mutamenti produttivi intervenuti con l'innovazione tecnologica, l'impresa è in grado di incrementare progressivamente la lavorazione e la trasformazione del riso e, da artigianale che era, diviene ben presto struttura industriale e nel 1953, da Villanterio, la sede viene spostata da Ferdinando Scotti in un vecchio molino a Pavia. Tra le

grandi novità introdotte dalla Scotti, quella delle confezioni sottovuoto. Era il 1992 quando la Scotti divenne la prima riseria in Italia a portare questa importante innovazione all'interno delle sue confezioni abbandonando una volta per tutte il cartone a favore di un involucro più resistente ma anche più sicuro.

Oggi Riso Scotti distribuisce i suoi prodotti in oltre 60 Paesi nel mondo, di cui 23 extra europei con la ferma convinzione che sui mercati vince chi fa qualità e porta l'italian way of eating nel mondo ed, all'interno di Expo, svolge un ruolo centrale non solo nell'offerta gastronomica ma anche nella parte storico educativa del sito espositivo. «Siamo onorati di essere official sponsor del Cluster Riso», ha commentato Dario Scotti, presidente e amministratore delegato della Riso Scotti Spa. «Il Cluster del Riso è un vero

e proprio percorso tematico tra quei Paesi che ricoprono un ruolo significativo», continua Scotti «e come si conviene a un'esposizione universale, sono presenti

Paesi da tutto il mondo, tra cui i produttori dell'area africana ed asiatica, in questo momento sotto attenta osservazione da parte della risicoltura italiana che ne te-

me la concorrenza se non regolamentata da norme di salvaguardia all'importazione. Riso Scotti, leader in Italia nel riso bianco, ha ritenuto importante portare in questo contesto la propria esperienza del riso italiano, con una presenza volta a valorizzare la tradizione e la tipicità del nostro Paese». E se la Scotti, oltre che all'interno del Cluster tematico, è ospite del padiglione Cibus è Italia, assaggiare i grani all'interno di Expo 2015 è possibile grazie al chiosco gourmet di Davide Oldani, chef del ristorante D'ò di Cornaredo (in provincia di Milano). Oggi, Riso Scotti e Intesa Sanpaolo, in collaborazione con la rivi-

sta Food, hanno organizzato un dibattito all'interno del Waterstone, lo spazio espositivo del gruppo bancario, per approfondire quali strategie vanno messe in campo dalle imprese che vogliono accelerare lo sviluppo sui mercati internazionali.

Attraverso le case history di big brand come Scotti, Mutti, Divala, SanBenedetto e Monini, racconteranno la loro filosofia imprenditoriale all'estero scegliendo ciascuno una parola chiave, in grado di sintetizzare i punti di forza della loro presenza sui mercati mondiali. Cinque parole per un micro-dizionario che rappresenta una sorta di vademecum per chi guarda con interesse crescente alle altre nazioni. Cinque ricette per vincere la sfida di far crescere l'export agroalimentare italiano da 33 a 50 miliardi di euro entro il 2020.





THE WATERSTONE

Dario Scotti, presidente e amministratore delegato dell'omonima azienda nella sede di Pavia. A sinistra: il confezionamento del riso. Qui a lato: The Waterstone, il padiglione di Intesa all'esposizione universale

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

BIG PLAYERS SETTORE AGROALIMENTARE

1 articolo

Agroalimentare verso i 50 miliardi di export

EXPO TRASCINA LA FILIERA DEL CIBO ITALIANO: SI MOLTIPLICANO LE INIZIATIVE E IL GOVERNO VARA UN PIANO PER PROTEGGERE I NOSTRI DOC E IGP ANCHE SUL VWEB

«11,9 miliardi di euro di export agroalimentare italiano nei primi 4 mesi dell'anno sono il segno della forza del Made in Italy in questo campo» afferma il ministro delle politiche agricole Maurizio Martina e rivendica che «i dati di oggi dell'Istat ci dicono che ad aprile le esportazioni di prodotti agricoli e alimentari hanno toccato quota 3,15 miliardi, con un +18% dell'agricoltura rispetto al 2014 che rappresenta bene le opportunità che stiamo cogliendo sul fronte extraeuropeo, nonostante le difficoltà provocate dall'embargo russo. Dobbiamo continuare a fare sistema per tutelare e promuovere questo patrimonio. Il Governo è in campo al fianco delle imprese con un piano di internazionalizzazione per l'agroalimentare. Nei prossimi tre anni investiremo oltre 70 milioni di euro per la promozione, per offrire nuove opportunità a questo straordinario settore.»

Intanto, complice l'Export, si moltiplicano le iniziative che mettono al centro la nostra tradizione culinaria: La Cia (Confederazione italiana agricoltori) con Turismo Verde lancia il Primo Festival dell'Agriturismo. «Gli Agrituri-

simo sono la dimostrazione che la filiera integrata e l'agricoltura multifunzionale producono il giusto reddito» dice Cinzia Pagni, vicepresidente di Cia: «Dal campo al piatto: non è uno slogan, ma un'esigenza gastronomica sempre più avvertita dai consumatori che premiano gli Agriturismo un settore in forte crescita».

Sul fronte governativo, il ministero difende i prodotti nazionali con il marchio **The Extraordinary Italian Taste**, che ha debuttato a Chicago, in una delle fiere più importanti degli USA. «Stiamo lavorando anche sul web, per proteggere il Made in Italy dalle agropiraterie» continua Martina:

«Abbiamo chiuso due accordi unici al mondo con eBay e Alibaba che ci consentono di far rimuovere gli annunci di finti prodotti a denominazione. In pochi mesi abbiamo portato a termine più di 300 operazioni, bloccando flussi per migliaia di tonnellate di falsi prodotti italiani. Attraverso questi importanti strumenti e grazie all'occasione Expo Milano 2015, possiamo puntare a raggiungere quota 50 miliardi di export nel 2020».



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

