



18-12-10 RASSEGNA STAMPA

18-12-10 NOTIZIE DA AGRAPRESS

18-12-10 RISO, I DAZI SULL'IMPORT E IL PESO DELL'ISOLAMENTO
L'Economia del Corriere della Sera

18-12-10 AGRIFOOD. STELLE IN SALSA EMILIANA
L'Economia del Corriere della Sera

18-12-10 PASTA, GRANORO CAPOFILA DI DEDICATO 'LA PUGLIA SI IMPONE PER
LA QUALITA'
L'Economia del Corriere della Sera

18-12-10 BALOCCO, NUOVO DOLCE PER IL MEDIORIENTE PIU' LINEE E ROBOT
PER SOSTENERE LA CRESCITA'
La Stampa

AGRA PRESS

18-12-07

PRATICHE SLEALI: DE CASTRO SCRIVE A COMITATO SPECIALE AGRICOLTURA, SUPERARE BLOCCO PRESIDENZA AUSTRIACA

7305 - bruxelles, (agra press) - "abbiamo fatto passi avanti, ma non ancora sufficienti nei negoziati con il consiglio e la commissione europea per poter raggiungere un compromesso il piu' ambizioso possibile sulla direttiva ue che mettera' fine alle pratiche sleali nella catena alimentare in europa. di fronte alle resistenze della presidenza austriaca dell'ue, ho scritto una lettera ai rappresentanti dei 27 stati membri nel comitato speciale agricoltura (csa) per chiedere il loro sostegno", afferma paolo DE CASTRO, primo vicepresidente della commissione agricoltura del parlamento europeo e negoziatore per il parlamento europeo sul provvedimento, al termine del quarto trilogio di trattative. "stiamo ancora combattendo contro i giganti della grande distribuzione che fanno blocco dietro i paesi del nord europa per limitare l'ambito d'applicazione della normativa", evidenzia DE CASTRO. "da parte nostra continuiamo le trattative, forti della convinzione che le aziende agricole, agroalimentari e le cooperative, indipendentemente dalla loro dimensione economica, devono essere protette dalle pratiche commerciali sleali; se un'azione e' sleale, lo e' per tutti", prosegue DE CASTRO, spiegando che "per realizzare il nostro obiettivo ho ricordato nella lettera che solo il 5 dicembre scorso durante la riunione del csa, una pluralita' di partner si sono espressi a sostegno della nostra proposta e di un'estensione significativa dell'ambito di applicazione della futura direttiva". "sinceramente non capiamo i motivi che portino la presidenza austriaca a proporre una soglia di compromesso che va troppo poco al di la' dei 50 milioni di fatturato proposti dalla commissione, oltre i quali nessun operatore sarebbe piu' protetto; non possiamo accettare la proposta austriaca e chiediamo quindi di sostenere una posizione ben piu' ambiziosa, per consentire un accordo politico in occasione dell'ultimo trilogio, il 12 dicembre. in caso contrario, saremmo comunque pronti a riaprire i negoziati nel nuovo anno, con la nuova presidenza rumena del consiglio", conclude DE CASTRO. 07:12:18/16:32

PRATICHE SLEALI: VERNOCCHI (ALLEANZA COOPERATIVE) NORME DI TUTELA SIANO ESTESE A TUTTE LE IMPRESE

7306 - roma, (agra press) - "le norme di tutela a favore delle imprese agroalimentari contenute nella direttiva sulle pratiche sleali attualmente in discussione in ambito comunitario devono essere applicate a tutte le aziende che operano nella filiera, indipendentemente dalle loro dimensioni. se una pratica e' considerata sleale, lo e' infatti a prescindere dalle dimensioni dei soggetti coinvolti, sia di quelli che la applicano che di quelli che la subiscono", afferma davide VERNOCCHI, coordinatore ortofrutta alleanza cooperative agroalimentari, all'indomani del quarto incontro di

trilogo tra parlamento, consiglio e commissione ue per l'approvazione del testo della direttiva sulle pratiche sleali. "apprezziamo il lavoro svolto dal primo vice presidente della commissione agricoltura del parlamento ue paolo DE CASTRO nel difendere l'ambito di applicazione delle nuove norme rispetto alla posizione contraria del consiglio; ci auguriamo che nel nuovo incontro previsto mercoledì 12 dicembre a strasburgo si possa arrivare all'approvazione finale di una direttiva fortemente auspicata da tutte le imprese che operano nella filiera e che vanno tutelate nella loro interezza, nessuna esclusa. una volta infatti considerata censurabile una o piu' pratica sleale, questa deve essere vietata in maniera indistinta, indipendentemente da quanto sia grande o piccola l'impresa che la subisce", prosegue VERNOCCHI. secondo l'alleanza cooperative "anche l'ipotesi di far applicare le norme di tutela solo alle aziende sotto una determinata soglia di fatturato non e' condivisibile", poiche', spiega VERNOCCHI, "determinare una soglia, quale che sia, sarebbe in ogni caso una decisione arbitraria e come tale oggetto di possibili strumentalizzazioni, dal momento che non ci sono meccanismi economici che possano definire quando un'azienda e' grande o piccola", senza considerare che "una eventuale tutela riservata alle sole imprese sotto una certa soglia di fatturato potrebbe inoltre rivelarsi addirittura penalizzante per le stesse imprese che la direttiva si propone di tutelare". "di fronte al rischio che migliaia di produttori riuniti in op struttura e dimensionate vengano escluse dalla tutela contro le pratiche sleali invitiamo pertanto il parlamento a proseguire con determinazione l'azione di difesa del modello aggregativo", conclude VERNOCCHI. 07:12:18/16:56



L'azienda in cifre

BALOCCO

Anno di fondazione
1927

Sede
FOSSANO (Cuneo)

Fatturato
190
milioni di euro
(previsione 2018)

PRODOTTI DA FORNO
LAVORATI
64.400
tonnellate

Export
13%
del fatturato
con vendite in **67 Paesi**

STABILIMENTI PRODUTTIVI
**FOSSANO
E BOLOGNA**

BRAND
**BALOCCO
BOTTEGA BALOCCO**

centimetri - LA STAMPA

ALBERTO BALOCCO Il presidente del gruppo dolciario: aumenteremo la gamma dei prodotti e l'export. La Brexit può essere un problema

Balocco, nuovo dolce per il Medioriente “Più linee e robot per sostenere la crescita”

INTERVISTA

MAURIZIO TROPEANO

«**I**o sono sempre stato affascinato dagli alpini, dal loro passo lento e costante. Uomini e donne che reggono la fatica e che arrivano alla meta. Non amo gli scattisti che bruciano subito le risorse e sono anche spaventati dall'effetto meteora». Alberto Balocco, il presidente dell'omonima azienda dolciaria di Fossano, sceglie questa narrazione per descrivere la «graduale, ma costante crescita del fatturato che in dieci anni è passato dai 103 milioni del 2008 ai 185 dell'anno scorso con la previsione di chiudere il 2018 raggiungendo i 190 milioni di euro». Una crescita «realizzata per linee interne, senza far ricorso ad acquisizioni, ed autofinanziata. In questi anni siamo riusciti a creare un modello positivo che ci piacerebbe replicare nei prossimi anni». Siamo a Fossano, in provincia di Cuneo dove nel 1927 viene aperta una piccola pasticceria artigianale e che anno dopo anno, con il passo d'alpino, diventa azienda, «cento per cento italiana e proprietà al 100% della famiglia Balocco da tre generazioni. E oggi siamo il secondo player del mercato dolciario da ricorrenza e del mercato prima colazione». **Come avete sostenuto questa crescita?** «Negli ultimi dieci anni ab-

biamo investito 50 milioni in tecnologia e nello stesso tempo abbiamo lavorato sul recupero dell'efficienza nel nostro sito produttivo. Negli ultimi quattro anni abbiamo investito 8 milioni nello stabilimento di Fossano dove stiamo terminando i lavori di ampliamento dell'ultimo lotto. I nuovi spazi saranno strategici per l'introduzione di nuove linee produttive di prodotti da forno pensati per l'estero. Allarghiamo la nostra gamma di prodotti mantenendo però il nostro core business, cioè la bakery dolciaria». **Che prodotto lancerete?** «Oggi l'export vale il 13% del nostro fatturato e puntiamo a rafforzare l'internazionalizzazione. Ci siamo organizzati, e continueremo a farlo, presidiare i mercati esteri. Ci concentriamo sulla tipologia di prodotto ma non pensiamo all'apertura di filiali». **Non ha risposto alla domanda. Che tipo di prodotto lancerete?** «Si tratta di un dolce fuori pasto continuativo - non mi chiedo di più ci stiamo ancora lavorando - che lanceremo sui mercati esteri. Secondo noi il nuovo prodotto potrebbe trovare sbocchi significativi sui mercati del mondo arabo, in particolare nel Medio Oriente dove crediamo ci siano grandi potenzialità. E poi Stati Uniti e Canada dove i consumatori sono molto attenti agli alimenti made in Italy».



La sede dello stabilimento della Balocco a Fossano (Cuneo)

Come finanzia l'internazionalizzazione? «Con le nostre risorse e senza pensare alla Borsa come abbiamo fatto in questi anni su automazione e immobili. Abbiamo numeri finanziari positivi, un patrimonio netto di 56 milioni e una situazione finanziaria netta positiva senza debito verso le banche. Le marginalità realizzate negli anni hanno pagato gli investimenti». **Con l'automazione avete tagliato posti di lavoro?**

«No, ne abbiamo creati». **E come avete fatto?** «Abbiamo investito moltissimo in automazione e questo ha permesso di ridurre il numero di ore necessarie per fare il prodotto. Questa competitività l'abbiamo girata sui prezzi e abbiamo avuto incrementi di volumi così notevoli che hanno più che compensato la riduzione delle presenze durante i turni di lavoro. In dieci anni abbiamo creato un centinaio di nuovi posti di lavoro. In questo periodo siamo

ALBERTO BALOCCO
PRESIDENTE
DELLA BALOCCO



Abbiamo avuto una crescita graduale e costante realizzata per linee interne, senza acquisizioni

Abbiamo investito 50 milioni nelle tecnologie creando anche un centinaio di posti di lavoro

Oggi l'export vale il 13% del nostro fatturato ma adesso puntiamo ad ampliare le vendite

in 480, con duecento stagionali. Credo che il miglior modo di vedere lo stretto rapporto abbiamo realizzato tra automazione e capitale umano sia la visita alla realtà produttiva che abbiamo aperto a Fico-eataly World». **E che cosa si vede?** «Robot e maestri pasticciere che lavorano fianco a fianco anche su un ricettario del 1903 dove il fratello di mio nonno annotava ingredienti e modalità di cottura della pasticceria tradizionale del

Piemonte. L'anno scorso abbiamo a Bologna abbiamo lanciato il marchio "Bottega Balocco-Italian Bakery 1927" che ha iniziato ad essere commercializzato da quest'autunno. Si tratta di prodotti premium con un investimento significativo sul Natale che guarda anche all'estero». **Dazi e Brexit possono essere un freno nella vostra strategia di internazionalizzazione?** «L'Europa rappresenta il 60% del nostro mercato estero e Francia e Regno Unito sono i primi due mercati. Per quanto riguarda la Gran Bretagna stiamo facendo scongiuri per la Brexit ma nello stesso ci stiamo attrezzando perché sarà un aspetto che in qualche modo dovremmo affrontare. Per quanto riguarda i dazi americani, per fortuna, ad oggi, l'alimentare resta escluso da queste misure protezionistiche ma personalmente sono convinto che la scelta dei dazi non sia la risposta giusta ai problemi dell'economia». **Alberto Balocco è vero che lei non sa fare i dolci?** «In tutti questi anni credo di aver imparato come si fanno i dolci ma non sono mai riuscito a farlo in prima persona. Per fortuna ci sono buoni tecnologi che li sanno fare molto bene. E poi la mia formazione è economica e dal mio punto di vista il miglior dolce che posso realizzare è quello di tenere in ordine i numeri del bilancio». —

© BY NICO ALZANI/GRUPPI/REUTERS

70

i milioni di euro di fatturato

200

il personale tra addetti e indotto

15

le migliaia di tonnellate di grano

1967

l'anno di fondazione dell'azienda

Pasta, Granoro capofila di Dedicato «La Puglia si impone per la qualità»

Nel progetto sul grano coinvolte 250 imprese. Marcone: «Un prodotto dell'intera filiera»

di Paola Cacace

Raccontare la filiera, mostrando che è possibile produrre una pasta unica solo con grano duro maturato al sole della Puglia. Una filiera che è composta da tante storie che si intrecciano. Le storie delle oltre 250 aziende agricole pugliesi impegnate nel progetto Dedicato, che vede come co-protagonista di ogni singolo agricoltore il Pastificio Granoro, realtà fondata nel 1967 da Attilio Mastromauro e da sua moglie, la signora Chiara. Azienda che a Corato, in provincia di Bari, negli anni è cresciuta tanto che oggi ha un fatturato che si attesta attorno ai 70 milioni di euro; oltre 200 persone tra dipendenti e indotto; ed esporta, tra i tanti Paesi, in Germania, Sud Africa, Corea del Sud, America, Brasile, Arabia Saudita e Giappone. Però, nonostante questa crescita esponenziale il Pastificio Granoro ha voluto valorizzare le proprie radici e la propria terra grazie a un progetto ad hoc.

«Quello di Dedicato - racconta Giandomenico Marcone, responsabile Acquisti e Sviluppo Prodotti di Granoro - è un progetto che nasce nel 2012 con l'idea di capire se ci fossero o meno le possibilità di avere in Italia, e in Puglia in particolar modo, la stessa qualità di grano che arrivava dall'estero. E direi che ci siamo riusciti. Il tutto incentivando gli agricoltori locali ad adottare alcune best practices in quella regione da sempre nota come il granaio d'Italia».

Un progetto che, con il tempo, ha generato un marchio: Granoro Dedicato. «Pensato - continua Marcone - per la nostra terra e ottenuto esclusivamente con grano pugliese di quelle stesse



Il manager

Giandomenico Marcone è il responsabile Acquisti e Sviluppo Prodotti di Granoro, il pastificio di Corato in provincia di Bari

250 aziende agricole. Aziende che tra l'altro si raccontano. Già, perché Dedicato non è un progetto solo di Granoro ma dell'intera filiera. Parte dal primo agricoltore, passa per gli stoccatore, fino al mulino che trasforma la semola e a noi. E in qualche modo i veri protagonisti sono gli agricoltori che hanno accettato di mettersi in gioco. Questo l'abbiamo voluto raccontare, ovviamente attraverso i social network ma anche grazie ad un sito creato ad hoc».

Così, con questo spirito il Pastificio Granoro ha presentato il nuovo sito www.granorodedicato.it: un tributo al progetto nato nel 2012 grazie all'accordo di filiera che aggrega importanti partners del territorio che garantiscono la produzione di 15 mila tonnellate di grano di alta qualità prodotto in Puglia e di 10 mila tonnellate di pasta.

«Il nostro nuovo sito è un vero e proprio racconto digitale orientato al mondo dei social network dove si possono trovare, tra le infinite chicche degli emozionanti video dove sono gli stessi agricoltori a trasformarsi in testimonial e a raccontarsi. Un racconto che continua a tavola. Diciamo che il nostro è un po' uno storytelling nel piatto. Visto che all'interno della linea Dedicato non c'è solo la pasta ma anche l'olio e le passate, tanto per iniziare».

Inizio che non si ferma certo al racconto, sebbene emozionante. «La prossima evoluzione - confida Marcone - del progetto Dedicato vedrà il consumatore protagonista di una tracciabilità senza uguali. In poche parole partendo dalla confezione acquistata al supermercato si potrà scoprire grazie al sito, l'agricoltore che avrà coltivato il grano usato per produrre quella pasta. Anzi potrà ascoltare la sua storia. Non saprà solo che il grano è pugliese ma anche tutto il resto. Un'altra delle tante innovazioni made in Granoro. Azienda che ha superato i 50 anni ma è sempre molto innovativa. Innovativa anche nella scelta di materie prime usate».

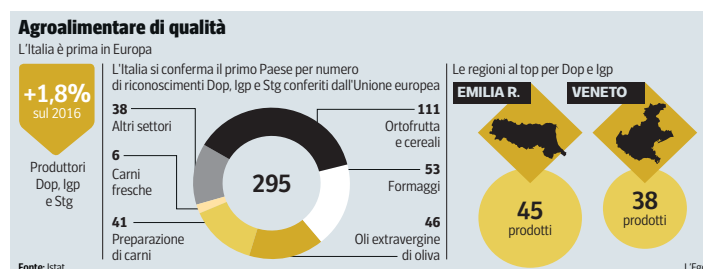
Poi conclude: «Ad esempio una delle varietà del nostro progetto Dedicato si chiama Sfinge, frutto della ricerca sperimentale del Centro Ricerca in Agricoltura di Foggia, varietà che offre oltre al bel colore del grano anche un alto contenuto proteico. Un esempio di come attraverso la ricerca scientifica si possano ottimizzare le buone pratiche che poi gli agricoltori mettono in campo con passione e dedizione. La stessa che contraddistingue noi di Granoro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

AGRIFOOD STELLE IN SALSIA EMILIANA

È la regione, insieme al Veneto, che vanta il maggior numero di eccellenze (Dop, Igt, Stg). Prodotti che trainano l'agroalimentare: +4% nei primi sei mesi del 2018

di **Isidoro Trovato**



Siamo il Paese dell'agroalimentare d'eccellenza. La nazione della food valley e di una miriade di piccole e medie imprese che stanno facendo crescere la biodiversità di un territorio unico nel suo genere. Non a caso l'Italia si conferma al primo posto per numero di riconoscimenti Dop, Igt e Stg conferiti dall'Unione europea. I prodotti agroalimentari di qualità riconosciuti al 31 dicembre 2017 sono 295 (4 in più sul 2016): tra questi, quelli attivi sono 285 (96,6% del totale).

Nel 2017, secondo i dati Istat, si è rafforzato il trend di crescita dei prodotti agroalimentari di qualità nelle sue diverse componenti (produttori, trasformatori, superfici e numero di prodotti riconosciuti). E infatti a fine 2018 le qualifiche Dop, Igt e Stg ottenute dall'Italia salgono a 299. I settori con il maggior numero di riconoscimenti sono: ortofrutticoli e cereali (111 prodotti), formaggi (53), oli extravergine di oliva (46) e preparazioni di carni (41).

Anche il numero di produttori Dop, Igt e Stg aumenta, rispetto al 2016 dell'1,8% ma stavolta il traino arriva tutto dal Meridione (+7,3%) che compensa anche il persistente calo registrato al Nord (-2,8%) e la lieve oscillazione positiva del Centro (+1,4%). Emilia-Romagna e Veneto, invece, restano le vere capitali dell'agroalimentare: sono le regioni con più Dop e Igt (rispettivamente 45 e 38 prodotti riconosciuti).

La terra eletta

A fare da locomotiva per l'intero comparto «agrifood» è in particolare l'Emilia-Romagna, la regione che, secondo l'approccio visionario di Oscar Farinetti, dovrebbe diventare la «Food valley» italiana visitata da turisti e operatori

del settore di tutto il mondo. I numeri, in effetti ci sono: quasi 60mila aziende agricole e oltre 4.800 aziende alimentari, 117mila posti di lavoro e un volume di esport di 974 milioni di euro. Sono i numeri eccellenti del comparto «agrifood» dell'Emilia-Romagna, che rappresenta ancora la terza regione, dopo Veneto e Lombardia, per commercio verso l'estero, la prima per quanto riguarda la vendita di carni e salumi (copre il 37% del settore) e della pasta (21,3%).

Le leve di crescita

La fotografia è scattata da un Focus Nomisma che ha messo in evidenza che l'«agribusiness»

continua a crescere: +4% nei primi sei mesi del 2018 rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Non poco per un settore che, secondo parametri normali, sarebbe da considerare maturo.

«Una crescita — spiega Denis Pantini, direttore di Nomisma Agroalimentare — legata a diversi fattori, tra cui l'aumento delle imprese che esportano, spesso prerogativa di quelle più grandi, e la conquista di nuovi mercati, nella cui scelta, alla luce del posizionamento di prezzo dei

nostri prodotti, occorre valutare prioritariamente la crescita dei redditi più che l'aumento della popolazione».

Prossimo obiettivo è la valorizzazione dell'intera filiera puntando sull'aggregazione tra le diverse realtà imprenditoriali per rafforzare la presenza sui mercati esteri e conquistarne di nuovi. Un compito complesso che comporterà anche la lotta al fenomeno del plagio, comunemente noto come «italian sounding» i cui danni al made in Italy superano spesso lo stesso giro d'affari dell'intero nostro agroalimentare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Analisi
Denis Pantini, direttore di Nomisma Agroalimentare

Bruxelles Riso, i dazi sull'import e il peso dell'isolamento

La decisione di mettere i dazi sulle importazioni di riso provenienti dalla Cambogia e dal Myanmar potrebbe arrivare in tempi più rapidi di quanto ci si aspetti e alla fine sarà la Commissione Ue a prenderla. Nella battaglia in difesa del riso europeo e soprattutto made in Italy (siamo i maggiori produttori nella Ue con circa 230 mila ettari seminati e una produzione stabilmente superiore al milione e mezzo di tonnellate) ora siamo nelle mani di

Bruxelles perché durante la riunione del Comitato per il commercio Ue di martedì scorso i Paesi non sono riusciti a esprimere un'opinione sulla proposta di attivare la clausola di salvaguardia sull'import di riso da Cambogia e Myanmar. Alla riunione 13 Paesi hanno votato a favore, 8 contro e 7 si sono astenuti tra cui la Germania. Dunque non è stata raggiunta la maggioranza qualificata necessaria. Tradizionalmente i Paesi del Nord sono contrari all'imposi-

zione di dazi e anche in questa occasione hanno mantenuto la linea. In più non sono produttori di riso. L'esito del voto ha lasciato amarezza nelle nostre associazioni di categoria. Coldiretti, Cia-Agricoltori, Confagricoltura alla vigilia del voto avevano mostrato, chi più chi meno, ottimismo. Del resto la proposta della Commissione si basava su un'indagine avviata in marzo su richiesta dell'Italia, sostenuta da Francia, Spagna, Bulgaria, Grecia, Ungheria,

Portogallo e Romania. Le conclusioni hanno mostrato che nel periodo settembre 2012-agosto 2017 l'import da Cambogia e Myanmar è aumentato fino a pesare per oltre il 30% sul totale delle importazioni, la produzione Ue è crollata del 40% e i prezzi sono diminuiti tra il 20 e il 40%. Numeri che per la Commissione giustificano il ripristino dei dazi almeno per tre anni.

Francesca Basso
© RIPRODUZIONE RISERVATA