

Economia & Imprese



Moda Uomo
Canali al Pitti di Firenze con collezione «soft-wear»

All'evento fiorentino il brand ha presentato una nuova idea di eleganza, all'insegna della morbidezza (softness) di linee e tessuti. Da oggi sfilate e presentazioni a Milano

Rilassato.
Total look Canali per l'autunno-inverno 19-20

Articoli e gallery dallo Speciale Pitti Uomo 95 moda24.ilssole24ore.com

Confindustria
Algeria, ponte che unisce le due sponde del Mediterraneo

Ad Algeri la missione guidata dal presidente di Confindustria, Vincenzo Boccia, in occasione del Businessmed (800mila Pmi del Mediterraneo).

► pagina 13

Grano, la guerra del glifosato fa crollare l'import dal Canada

FILIERA ALIMENTARE

Ma dietro la bandiera della salute c'è chi ipotizza ostacoli al libero scambio

A confronto le ragioni dell'industria chimica e degli agricoltori coinvolti

Micaela Cappellini

In Italia la campagna contro il grano canadese al glifosato, il diserbante creato dalla Monsanto, ha dato i suoi frutti: per la prima volta tra agosto 2017 e luglio 2018 le importazioni di grano dal Canada sono crollate di oltre il 50%. Da un milione di tonnellate a meno di 400mila nello spazio di un solo anno. Contemporaneamente, in Italia sono andati moltiplicandosi i contratti di filiera tra i produttori di pasta - cioè i principali utilizzatori del grano duro - e i coltivatori nazionali: dalle farine dei molini Casillo fino a Barilla e Divella.

Ma anche se l'Italia è tra i grandi produttori mondiali di grano duro, con 4,2 milioni di tonnellate annue stimate per il 2018, quello coltivato non basta a sfamare il fabbisogno dell'industria della pasta made in Italy, che vende in casa ed esporta anche all'estero. Tra il 30 e il 40% della materia prima lavorata in Italia è dunque di importazione straniera: nel 2017 proveniva soprattutto dal Canada (34%), dalla Francia (13%), dagli Usa (11%) e dal Kazakistan (10%), anche se oggi la quota canadese è diminuita, appunto, per via della campagna contro il glifosato, nella quale la Coldiretti ha un ruolo di primo piano.

Una campagna giusta, oppure no? Il glifosato, insomma, è o non è dannoso per la salute, dato che la Iarc - l'Agenzia per la ricerca sul cancro dell'Oms - l'ha catalogato tra le sostanze «potenzialmente cancerogene». Dal primo gennaio la Francia ne ha vietato l'uso. Ma in Europa il glifosato è legittimamente ammesso, con la Commissione europea che ne ha autorizzato l'utilizzo fino al 2021, entro certe soglie e con determinate precauzioni per chi lo maneggia. In Italia viene utilizzato nei campi, ma anche lungo i binari della ferrovia e ai cigli delle autostrade, per evitare che le erbacce mettano in pericolo la circolazione. Il glifosato rientra nella categoria «erbicidi fosforici dipiridilici»: di questi, nel nostro Paese se ne vendono ogni anno 3,700 tonnellate, in pratica i diserbanti più utilizzati.

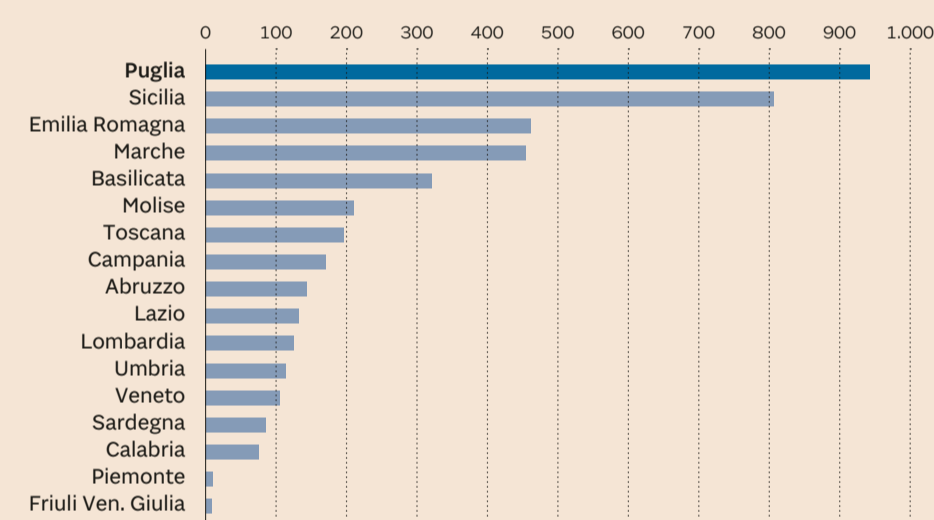
«Il sistema europeo di autorizzazione e di controllo degli agrofarmaci è il più stringente al mondo - sostiene Alberto Ancora, presidente di Agrofarma, che fa parte di Federchimica - se un prodotto fitosanitario è regolarmente in commercio nel mercato Ue, significa che dal sistema di analisi europeo non è emerso alcun elemento concreto che ne giustifichi la messa al bando. Riteniamo estremamente dannoso mettere in discussione tali decisioni, perché ciò finirebbe per creare un quadro di incertezza delle regole controproducente per tutti, soprattutto per gli investimenti in R&S».

Egli agricoltori, cosa ne pensano? Qui accanto le opposte posizioni di Coldiretti e di Cereals Canada, l'associazione che riunisce i coltivatori e i distributori del maggior esportatore al mondo di grano duro. Perché se per qualcuno la battaglia contro il glifosato è una questione di tutela della salute dei consumatori, per qualcun altro è solo la bandiera dietro cui si nasconde il più classico dei protezionismi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

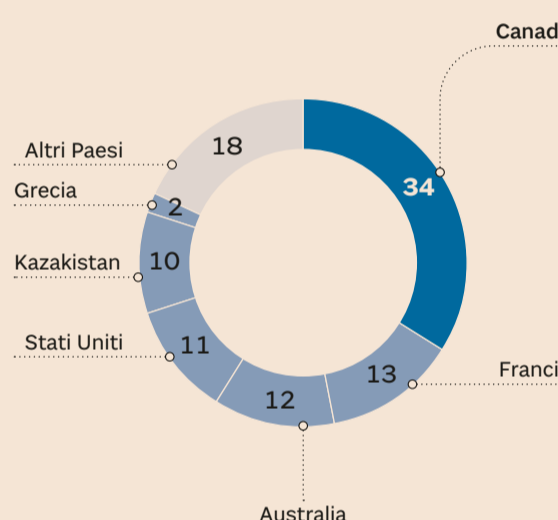


PRODUZIONE DI GRANO DURO NELLE REGIONI ITALIANE
Anno 2017. In migliaia di tonnellate



Fonte: elaborazioni Euler Hermes

IMPORTAZIONI ITALIANE DI GRANO DURO
Anno 2017. In percentuale



La scelta italiana è solo protezionismo

INTERVISTA

CAM DAHL

«L'Italia ha sostituito il nostro grano con quello kazako, che è meno sicuro»

Cam Dahl è il presidente di Cereals Canada, che riunisce i produttori e gli esportatori di grano. Il Canada è il primo esportatore al mondo di grano duro, con circa il 50% del mercato.

Il glifosato è una sostanza sicura?
Il glifosato è ammesso in oltre 160 Paesi. L'Efsa, l'autorità europea per la sicurezza alimentare, nel 2015 lo ha giudicato non potenzialmente pericoloso per la salute umana e altrettanto hanno fatto l'Agenzia Usa per la protezione ambientale e la Health Canada's Pest Management Regulatory Agency, che prima di esprimersi ha confrontato tra loro oltre 300 studi indipendenti.

Che alternative ci sono al glifosato?
Non ci sono alternative altrettanto efficaci: ogni altro principio noto, oltre a ridurre il raccolto, danneggia maggiormente il suolo e richiede consumi più elevati sia di acqua per l'irrigazione che di carburanti per i mezzi agricoli. Quindi, in ultima istanza, risulta meno sostenibile.

Perché è crollato l'export di grano duro canadese verso l'Italia?
Una delle ragioni è sicuramente la campagna contro il grano canadese perché i suoi coltivatori utilizzano il glifosato. Posso garantire che il nostro grano è ben al di sotto della soglia massima fissata dall'Efsa europea, che è di 10 unità di glifosato



Cereals Canada. Il presidente Dahl

per milione: direi che siamo addirittura al di sotto della metà. Ma non attribuirei tutta la colpa del crollo a questa campagna, quanto piuttosto a una volontà puramente protezionistica, di difesa dei produttori italiani. Credo che il glifosato sia stato un solo un pretesto come un altro.

L'Italia è in grado di produrre da sola tutto il grano duro di cui ha bisogno, in modo da non acquistare più quello coltivato ricorrendo al glifosato?

L'Italia non potrebbe mantenere l'attuale livello di produzione di pasta senza importare una parte del grano duro necessario per produrlo. Paradossalmente, le importazioni dal Canada sono state rimpiazzate, quanto meno in parte, dal grano duro proveniente da Paesi che non hanno una regolamentazione sanitaria altrettanto stringente e basata su criteri scientifici come quella canadese. Paesi come il Kazakistan, per esempio.

—M.I. Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

È il consumatore che chiede tutele

INTERVISTA

ETTORE PRANDINI

Con adeguati compensi ai contadini la produzione nazionale decollerebbe

I glifosato è una sostanza sicura?
I consumatori mostrano di non volere il grano trattato con glifosato. I canadesi invece lo usano perché non possono farne a meno: per ragioni geografiche seminano in primavera e raccolgono tra ottobre e novembre, quindi il rischio di micotossine è sempre molto elevato.

Che alternative ci sono al glifosato?

Il grano duro in condizioni naturali non dovrebbe prevedere l'uso di glifosato in pre-raccolta. Per l'Italia questo è possibile grazie alle condizioni meteo climatiche. Esistono poi delle alternative al glifosato come i prodotti dissecanti naturali, che spariscono dopo un giorno e non hanno alcun residuo. Ma la domanda giusta da porsi è: ha senso forzare così la natura per produrre in condizioni tanto avverse?

Perché è crollato l'export di grano duro canadese verso l'Italia?

I primi tre trimestri del 2018 hanno fatto segnare un -78% rispetto al 2015. Il motivo è nella presa di coscienza dei consumatori che non vogliono il grano trattato con glifosato e hanno costretto le industrie a modificare le proprie politiche di approvvigionamento, dopo l'obbligo di indicare l'origine della pasta in etichetta. I consumatori chiedono in misura crescente la garanzia di italianità della pasta acquistata, come dimostra la rapida proliferazione de-



Coldiretti. Il presidente Prandini

gli accordi di filiera tra gli agricoltori e importanti industrie pastaie nazionali come ad esempio Ghigi, De Sotis, Sgambaro, Voiello che fa capo al gruppo Barilla e Divella.

L'Italia è in grado di produrre da sola tutto il grano duro di cui ha bisogno, in modo da non acquistare più quello coltivato ricorrendo al glifosato?

L'esperienza dimostra che con una adeguata remunerazione del grano agli agricoltori, le superfici possono aumentare notevolmente. Basta guardare al boom dei grani antichi. Il potenziale e la storia produttiva ci portano a dire che in breve tempo l'Italia potrebbe arrivare a produrre circa 5 milioni di tonnellate di grano duro per la lavorazione di circa 3,3 milioni di tonnellate di pasta. Ma la disponibilità nazionale di frumento è fortemente influenzata dalla volatilità dei prezzi associata spesso a speculazioni di mercato che frenano l'aumento delle superfici e delle produzioni.

—M.I. Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PANORAMA

DATI NIELSEN

Pubblicità in crescita e La7 fa il pieno in tv

+2,5%

LA RACCOLTA A NOVEMBRE

Nel singolo mese in crescita il mercato pubblicitario in Italia (+1,2% senza considerare gli investimenti su search e social e Facebook)

Buone notizie e, come dice Alberto Dal Sasso di Nielsen anche «in parte inaspettate» per il mercato pubblicitario a novembre: +2,5% nel singolo mese (+1,2% senza Google e Facebook) e +2,1% nel cumulato gennaio-novembre (stabile senza search e social). Se il trend fosse confermato l'anno chiuderebbe «vicino al +2%», risultato «di buon auspicio per un 2019 senza eventi sportivi».

Quanto ai settori più rappresentativi, nel periodo cumulato bene bevande e alcolici (+11,8%) e distribuzione (+3,1%); all'opposto alimentari (-1,9%), abbigliamento (-6,3%) e tlc (-5,3%). Riguardo ai mezzi, perdono carta stampata (-6,2% i quotidiani e -8,1% i periodici), outdoor (-9,7%) e direct mail (-6,2%). Tutti in positivo gli altri, fra cui la radio (+5,3%) e la tv con un +1% sopra i 3,4 miliardi (su 5,64 totali del mercato senza Facebook e Google). In questo novero, gli 11 mesi dell'anno sono negativi solo per la Rai (-3,6% a 650 milioni anche se nel singolo mese ha guadagnato l'1,5%). In crescita invece Mediaset (+1,8% a 1,97 miliardi di euro, ma -0,9% nel singolo mese), Sky (+1,9% a 441,9 milioni), Discovery (+1,2% a 230,9 milioni) e soprattutto La7 (+7,3% a 150 milioni e +23,3% nel solo mese di novembre), evidentemente avvantaggiata dall'arrovantarsi del clima politico, core business dei suoi talk.

—Andrea Biondi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BOX OFFICE

Cinema, incassi in caduta ma bene i film italiani

Per il cinema in sala in Italia il 2018 è un anno da dimenticare. Emerge chiaramente dai dati Cinetel diffusi dalle associazioni di categoria (Anec, Anem, Anica). Scendono incassi (-4,98% a 555,4 milioni) e presenze (-6,89% a 85,9 milioni). Un calo che non cambia - anzi peggiora - confrontando il 2018 con gli anni prima del 2017. E per avere incassi inferiori occorre tornare al 2006.

23%

PIÙ INCASSI PER I FILM ITALIANI

Le pellicole made in Italy (incluse le coproduzioni) hanno raggiunto una quota del 23,02% sul totale degli incassi del cinema in sala nel 2018

Un barlume arriva però dal cinema italiano. L'incasso (incluse le co-produzioni) è salito del 23,8% a 127,9 milioni per 19,9 milioni di presenze (+17,92%). Un risultato positivo che, sottolinea le associazioni, arriva nonostante nessun film abbia superato i 10 milioni di incasso. Niente pellicole top quindi, ma un movimento diffuso. Certo, anche all'estero il box office arretra: Germania (-16%); Francia (-4%) Spagna (-2%) e Italia (-5%). In Uk incassi stabili (+0,6%). Segno che per il cinema in sala non sono tempi d'oro, soprattutto per la concorrenza delle piattaforme. In Italia si aggiunge il vulnus, annoso, del periodo estivo. Ma il piano di programmazione per il 2019, frutto del lavoro della filiera e del confronto con Governo e Istituzioni, dicono le associazioni, «vedrà i 5 mesi fra aprile e agosto primeggiare nell'appetibilità dell'offerta».

—A. BIo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Impiantistica industriale: Sace supporta le Pmi

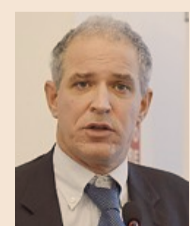
Con un accordo siglato ieri tra Sace Simest e l'Animp, l'Associazione nazionale di impiantistica industriale, le Pmi del settore potranno accedere alle soluzioni Sace a supporto della loro crescita internazionale. Grazie a questa partnership le parti organizzeranno incontri formativi periodici con le aziende per approfondire le tematiche a supporto di export e internazionalizzazione, promuoveranno eventi focalizzati sulle opportunità di business per facilitare la conquista di nuove commesse estere.

«In un momento in cui i settori dell'oil&gas e dell'energia stanno affrontando nuove sfide globali, è importante per le aziende che vi operano poter cogliere le migliori opportunità di business dotandosi delle soluzioni adatte a gestire i rischi connessi all'attività sui mercati esteri - spiega Simonetta Acri, Chief Sales Officer di Sace -. Le imprese potranno così inserirsi con i loro progetti e commesse in nuovi mercati e fare crescere sempre di più uno dei settori d'eccellenza del made in Italy».

Il prossimo 6 febbraio Sace Simest ha organizzato in Brasile, a San Paolo, un business matching tra alcune Pmi italiane e tre grandi imprese brasiliane attive nel petrolchimico, oil&gas, e minerario.

—Enrico Netti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Alessandro Decio Amministratore delegato e direttore generale di Sace