

Rassegna Stampa 29 aprile 2019

Aprile 29, 2019 · admin

Notizie della settimana 22 - 28 aprile

Entro l'anno scompariranno tantissimi campi coltivati e seminati: l'equivalente di 150 mila campi da calcio (soprattutto al Nord). E' questo l'allarme lanciato da Coldiretti che presenta i numeri di 25 anni di profondi cambiamenti nell'agricoltura italiana.

Il bicchiere mezzo vuoto è -parzialmente- compensato dal bicchiere mezzo pieno: l'agricoltura italiana in questi anni si è profondamente rinnovata, è cresciuta e ha saputo valorizzare in particolar modo le produzioni vegetali di più alto pregio, che ci hanno permesso di diventare il primo Paese agricolo d'Europa superando la Francia. Nel 2018, infatti, il valore aggiunto dell'agricoltura italiana è stato stimato da Eurostat pari a 32,2miliardi di euro.

E c'è un altro fattore da considerare, in questo caso come occasione potenziale: l'agricoltura 4.0, cioè l'uso delle tecnologie sia per la produzione che per la distribuzione e la vendita dei prodotti. Sono in aumento, infatti, le coltivazioni con sistemi alternativi (come l'idroponica) e anche la diffusione di tecnologie intelligenti che limitano l'uso di acqua e pesticidi, solo per fare un esempio. E sulla filiera alimentare, anche a tutela del made in Italy, inizia ad essere sperimentata la blockchain che qualcuno vede già come una soluzione e altri, invece, ancora come un'occasione da sperimentare (anche per capire quali sono gli effettivi benefici di tutti gli attori della filiera che sono coinvolti).

Cibo e vino made in Italy sono indiscussi ambasciatori dell'Italia nel mondo per attrarre turisti e anche capitali esteri. E, dall'altra parte, il turismo è una leva che può far conoscere e apprezzare i prodotti agroalimentari italiani e dunque rafforzarne le vendite oltreconfine. La forte sinergia aumenta, quindi, le occasioni di business oltre che le occasioni di socializzazione come racconta la storia del network delle Cesarine fatto ormai da 600cuoche/i in 90città che mette a tavola la cucina regionale attraendo appassionati e turisti stranieri. La chiamano Foodcation (crasi di food e vacation) e sembra essere la tendenza del momento tra i viaggiatori, sempre più a caccia di esperienze autentiche a tavola. Nelle

statistiche sui viaggi la voce di spesa legata al cibo è aumentata del 61% nel 2018 e se in Italia i turisti stranieri spendono 36,4miliardi l'anno, un terzo, 12miliardi, viene utilizzato proprio per cibo ed esperienze enogastronomiche. Sempre più spesso declinate in corsi di cucina, social eating e soprattutto home dining.

Chissà se il bicchiere mezzo vuoto e quello mezzo pieno riescono, in qualche modo, a compensarsi?

Di seguito gli articoli scaricabili:

[“In Italia c'è sempre meno terra fertile È divorata dal cemento o abbandonata”Scarica](#)

[A cena qui da noi, quasi tra amiciScarica](#)

[Così la svolta hi-tech può rivoluzionareScarica](#)

[Il made in Italy gioca l'accoppiata turismo più food sui mercati globaliScarica](#)

[L'AGRICOLTURA MADE IN ITALY SUL PODIO DELL'UNIONE EUROPEAScarica](#)

[L'ortofrutta fresca va in IndiaScarica](#)

[Le app non ci inganneranno piùScarica](#)

[Volontari d'azienda per ripulire il pianetaScarica](#)

Fonte: <https://www.ruralhack.org/rassegna-stampa-29-aprile-2019/>