

Il centro dell'università di Torino riconosciuto come eccellenza nella difesa dai parassiti

Uno scudo per la biosicurezza

Agroinnova gestirà il progetto Emphasis da 7 mln €

DI VANNI CORNERO

Il livello di rischio è alto e a dimostrarlo ci sono le cifre investite negli ultimi 11 anni per difenderci: ben 60 milioni di euro che Unione Europea e Nato hanno stanziato in «biosicurezza», ovvero nella ricerca di tecniche e strategie per prevenire l'introduzione di parassiti nelle nostre colture e produzioni alimentari. È proprio oggi scatta un nuovo finanziamento da 7 milioni di euro, finalizzato in particolare alla lotta contro le «specie aliene invasive», ossia quei parassiti che arrivano nella Ue da altri continenti con lo scambio globalizzato delle merci, ma anche per deliberate azioni di terrorismo agroalimentare. È il progetto «Emphasis», suggestivo acronimo che sta per Effective Management of Pest and Harmful Alien Species (Soluzioni integrate per la gestione efficace di parassiti e specie aliene invasive) il cui obiettivo è proteggere la catena alimentare e il sistema agricolo prevenendo il diffondersi di epidemie causate da insetti, patogeni o piante infestanti. Il lancio di «Emphasis» in strettissima prossimità con l'Expo mondiale dedicato al cibo sottintende le preoccupazioni economiche e di immagine che qualsiasi contagio dei prodotti esposti trasformerebbe in una realtà da incubo. A coordinare questo scudo per la biosicurezza sarà un'eccellenza tutta italiana: «Agroinnova», il Centro di competenza per l'innovazione in campo agroambientale e alimentare dell'Università di Torino diretto da **Maria Lodovica Gullino**, che ha già gestito 6 progetti internazionali di ricerca nel settore (2 finanziati dalla Nato e 4 dalla Ue) per un valore complessivo di 15 milioni di euro. Ed è significativo che «Emphasis» vada a intrecciarsi, corroborandolo, con «Plantfoodsec» ultimo programma in ordine cronologico di quelli già varati dalla Commissione europea sicurezza (con una dotazione di 6 milioni di euro) e anch'esso coordinato da Agroinnova, che si concluderà agli inizi del 2016. Altrettanto significativo è il fatto che nel consorzio, formato da 22 partner tra isti-

tuti di ricerca, associazioni e imprese di dieci Paesi (Belgio, Spagna, Olanda, Francia, Inghilterra, Lettonia, Repubblica Ceca, Ungheria e Canada, oltre all'Italia) la prevalenza dei privati sulla mano pubblica sia netta. «Da sempre abbiamo messo il mondo delle imprese al centro delle nostre attività», spiega il direttore di Agroinnova, perciò abbiamo voluto inserire nel Consorzio numerose pm che costituiscono il naturale terreno di applicazione dei risultati delle nostre ricerche». Infatti, prosegue Maria Lodovica Gullino, «non dobbiamo pensare che progetti come questi trovino il loro campo di applicazione esclusivamente in ambito sovranazionale. Le soluzioni individuate possono essere di grande utilità per il tessuto imprenditoriale e agricolo di Regioni in cui il problema dei parassiti invasivi è ben presente: basti pensare alla batteriosi del Kiwi in Piemonte o ai danni creati alla raccolta delle olive quest'anno in Liguria e Puglia dalla mosca ole-

aria e da un batterio che la Xylella». Per l'Italia, oltre ad Agroinnova, fanno parte del progetto il Dipartimento di Scienze Agricole e Forestali dell'Università di Torino, Confagricoltura, Metec Innovation Consulting, Agrinewtech e Spin-To. Un ultimo particolare importante: il progetto «Emphasis» è in linea con il quadro di norme europee per l'uso sostenibile degli agrofarmaci e con i futuri sviluppi delle misure per proteggere le piante dai parassiti invasori. Insomma, la guerra contro gli alieni si può vincere senza inquinare di più il Pianeta.



Maria Lodovica Gullino

La app Edo per sapere cosa c'è in un alimento

Dall'incubatore Cesenalab nasce Edo, la app per sapere quello che contiene un prodotto alimentare. L'utilizzo di Edo è legato al codice a barre che si trova su ogni etichetta. Una volta letta con il telefonino e individuato il prodotto, sullo schermo dello smartphone compare una scheda che illustra ingredienti e valori nutrizionali come grassi, fibre, zuccheri, conservanti. Un particolare algoritmo di calcolo è in grado di analizzare i singoli ingredienti e indicare, attraverso un punteggio da zero a dieci, quanto è sano il prodotto in rapporto alle caratteristiche di ciascun utente, quali le sue caratteristiche positive e negative, se è adatto ai celiaci e agli intolleranti al lattosio. Se il profilo delineato non soddisfa il consumatore, Edo propone una lista di prodotti alternativi simili, ma con voto più alto in pagella. A ideare, realizzare e lanciare l'app è un gruppo di neofancreti dell'Università di Cesena, tre informatici, Diego Lanzoni, Luciano Venezia e Marco Giampaoli, e una tecnologa alimentare, Enza Gargiulo, che ha contribuito a sviluppare l'algoritmo di calcolo. Poco più di un anno fa, i quattro si sono affidati a Cesenalab con il sostegno finanziario della cooperativa Alimos Alimenta la Salute e il supporto scientifico di Alessandra Bordoni, medico nutrizionista dell'Università di Bologna.

Andrea Settefonti

GIRI DI POLTRONE ITALIANE

Alessandro Rota, 28 anni, agricoltore di Cassano d'Aida (Mi), è stato eletto alla guida della Coldiretti di Milano Lodi e Monza Brianza. È il più giovane presidente di associazione in Italia. Succede a Alessandro Ubiali, 67 anni, presidente dal 2013. Sposato, padre di una bimba di 18 mesi, Rota è diplomato perito agrario e laureato in ingegneria meccanica. milano@coldiretti.it



Alessandro Rota

Il Consorzio Movimento Turismo del Vino Puglia ha rinnovato le cariche. Confermato presidente, Sebastiano De Corato, mentre nuovo è il vicepresidente, Barbara Mottura. Nuovo ingresso per Antonella Maci mentre completano il consiglio, Gianfelice D'Alfonso del Sordo, Alessandra Tedone, Maria Teresa Basile e Gianvito Rizza. puglia@movimentoturismovino.it

Eletto il nuovo consiglio dell'Ordine regionale dei dottori Agronomi e dei dottori Forestali delle Marche. Presidente è stato eletto Marco Menghini mentre il suo vice sarà Fabio Sansonetti. Segretario e tesoriere sono rispettivamente Fabrizio Furlani e Paolo Trobbiani. Completano il consiglio dell'Ordine, Simone Cingolani, Lucio Peruzzi, Angelo Recchio, Francesco Renzaglia e Francesco Tanferna. federazione@confai.it

Federico Allavena, floricoltore, titolare dell'azienda agricola «Cactus Allavena» di Bordighera e componente del consiglio nazionale di Pianta e Fiori d'Italia, è il nuovo delegato regionale di Coldiretti Giovani Impresa Liguria. Trent'anni, succede a Yuri Calcagno che ha rassegnato le dimissioni per motivi personali. liguria@coldiretti.it

Delia Revelli, 40 anni, di Margarita, imprenditrice nel settore dell'acquicoltura e presidente della Coldiretti di Cuneo, è stata eletta alla presidenza anche della Coldiretti Piemonte. La Revelli succede a Roberto Moncalvo che, come prevede lo Statuto, si dedicherà esclusivamente alla presidenza della Confederazione nazionale. delia.revelli@coldiretti.it



Delia Revelli e Roberto Moncalvo

Enrico Cianciosi è il nuovo amministratore unico della nuovo Nuovo Zuccherificio del Molise. Cianciosi, commercialista, già presidente del collegio sindacale succede a Francesco Fusco non più in carica da sette mesi.

È Marino Pilati il nuovo direttore di Coldiretti Bari. Sostituisce Giuseppe Licursi che, dopo quattro anni a Bari, andrà a dirigere le Federazioni Coldiretti di Catania e Messina. marino.pilati@coldiretti.it

Vincenzo Tedeschi, produttore ortofrutticolo di Fidenza, è il nuovo presidente di Agrimerato Parma, l'associazione promossa da Coldiretti. Rinnovato anche il consiglio che è composto anche da Nicola Marchini, Vicepresidente, Fabrizio Colli, Gianni Pini e Roberta Vezzosi. parma@coldiretti.it

Andrea Settefonti

Durante Expo l'azienda sarà in Cascina Cuccagna con il Lavazza sustainability hub

Lavazza, una rivoluzione green

Dal 2016 il caffè espresso in capsule biodegradabili

Pagina a cura di **LUISA CONTI**

Rivoluzione green nel caffè espresso in capsule. Il gruppo Lavazza (1,34 miliardi euro) si prepara a lanciare sul mercato, a partire dal 2016, caffè espresso in capsule compostabili, coperte da brevetto Lavazza, realizzate in Mater-Bi 3G (ovvero di terza generazione), non più in alluminio. Sono il frutto di un progetto di ricerca portato avanti in partnership con Novamont. Un progetto che rappresenta un cambio di paradigma. L'esemplificazione di come si possa passare da un modello d'economia lineare: produzione-consumo-smaltimento, a uno d'economia circolare, in cui niente è rifiuto, ma tutto torna a essere risorsa, materia prima per nuove produzioni che generano ulteriore valore aggiunto e nuova occupazione. E ciò anche in un mercato come quello del caffè espresso in capsule, in cui generare maggiori quantità di rifiuti era finora considerato lo scotto da

pagare per poter garantire al consumatore una qualità in tazza più elevata e soprattutto costante e ripetibile.

Le capsule in Mater-Bi 3G di Lavazza, una volta usate, possono dunque essere gettate nel bidoncino dell'umido e avviate al compostaggio industriale, trasformandosi in poco tempo in concime naturale.

Con questa innovazione Lavazza conferma il suo impegno sul fronte della sostenibilità. «Investiamo mediamente 14 mln euro l'anno in progetti di sostenibilità lungo tutta la filiera», dichiara a ItaliaOggi il vicepresidente del gruppo, **Marco Lavazza**, a margine della presentazione delle nuove capsule. «È dal 2006, per esempio, che sosteniamo la ricerca

del Politecnico di Torino sui possibili impieghi industriali del caffè esausto. Quest'anno, durante l'Expo 2015, porteremo avanti un progetto di raccolta differenziata dei fondi di caffè che raccoglieremo nel Padiglione Italia, di cui siamo official coffee partner, in collaborazione

con l'Amsa, l'Azienda milanese servizi ambientali».

Da metà aprile e per tutta la durata dell'Expo, inoltre, presso la Cascina Cuccagna di Milano, Lavazza insieme a Novamont, al Politecnico di Torino e con la collaborazione di Slow Food, darà vita al Lavazza sustainability hub, un centro dove organizzerà incontri, workshop e percorsi didattici sulla valorizzazione del fine vita del caffè esausto.

Il Mater-Bi 3G, di cui sono fatte le nuove capsule per il caffè espresso Lavazza e che ha molteplici altri possibili impieghi, è un materiale a più alta percentuale di rinnovabilità, in quanto utilizza per oltre il 50% sostanze vegetali anche da filiera agricola integrata, in grado di biodegradare in ambienti naturali diversi, compresa l'acqua del mare. Novamont lo sta producendo attualmente in tre stabilimenti in Italia: a Terni, Patrica e Porto Torres, dove promuove filiera agricole locali, che rimettono a reddito terreni non irrigui e marginali di cui l'Italia abbonda (si stima ce ne siano 2,8 mln ha).

E l'innovazione di Novamont non si fermerà qui. Il gruppo ha già in progetto la riconversione di un impianto in Veneto, nella zona di Adria, dove andrà a produrre Mater-Bi di quarta generazione.

--- © Riproduzione riservata

Supplemento a cura di **LUIGI CHIARELLO**
agricolturouggi@class.it

Marco Lavazza



Salute rurale, un triplice rischio

Rischio chimico. Rischio biologico. Rischio fisico. Sono i tre temi che la ricerca italiana porterà al Congresso internazionale sulla salute rurale in programma a Lodi dall'8 all'11 settembre prossimi. Lo anticipa a ItaliaOggi **Claudio Colosio**, presidente del Centro internazionale di salute rurale, che organizza il congresso insieme al Dipartimento di scienze della salute dell'Università degli studi di Milano e col patrocinio dell'Oms e dell'Ilo. Al congresso sono attesi i massimi esperti del settore di oltre 60 paesi e, per la prima volta, anche rappresentanti dei medici di famiglia dell'associazione globale Wonen.

«Presenteremo la nostra ricerca sulla modellizzazione del rischio chimico», spiega Colosio. «che mira a fornire all'agricoltore modelli affidabili, ma semplici, coi quali valutare il grado di pericolosità dei trattamenti antiparassitari». I ricercatori italiani illustreranno altri due studi relativi a rischi ampiamente sotto-

valutati. Uno riguarda il rischio biologico ossia il pericolo che malattie dell'animale allevato si trasmettono all'uomo e viceversa. Se ammalarsi di sars, influenza aviaria o la tbc può apparire un'eventualità remota per l'agricoltore italiano, altre malattie sono in agguato.

«Nei boschi e nei parchi naturali italiani», afferma Colosio, «stiamo rilevando un aumento delle popolazioni di zecche, che può tradursi in un innalzamento del rischio per l'operatore professionale, ma non solo, di contrarre la malattia di Lyme, le rickettsiosi o una forma d'encefalite, tutte patologie trasmesse da questi insetti».

Ampliamente sottovalutato dagli agricoltori è anche il rischio (fisico) rappresentato da un'esposizione intensiva ai raggi del sole. «E ciò», conclude Colosio, «nonostante proprio quelle della cute e delle labbra siano fra le poche forme tumorali che mostrano un incremento in questa fascia della popolazione».

--- © Riproduzione riservata



Claudio Colosio

DIRIGENTI DI POLTRONE ESTERE

Il consiglio direttivo di Veterindustria, l'associazione spagnola delle industrie della nutrizione e della salute animale, ha eletto vice presidente Juan Carlos Castillejo. Amministratore delegato della divisione veterinaria della società farmaceutica Msd dal luglio 2013, Castillejo ha già ricoperto in passato l'incarico sia di presidente che di vice presidente dell'associazione. veterinindustria@veterindustria.com



Carlos Castillejo



Andrea Moser

Andrea Moser è stato confermato presidente del Consorzio Speck Alto Adige Igp. New entry del cda sono i consiglieri Helmut Senfer, David Recla, Florian Sibenfircher e Gunther Windegger. Confermato il consigliere Walter Nocker.

Cambi al vertice delle catene distributive britanniche. Dal 1° marzo John Allan è il nuovo presidente di Tesco, in sostituzione di

Richard Broadband, che ha rassegnato le dimissioni dopo lo scandalo finanziario che ha coinvolto i vertici del gruppo. Allan 66 anni, proviene dalla società di costruzioni Barratt Developments, ma nel recente passato è stato presidente del retailer dell'elettronica di consumo Dixons Carphone. David Potts, che per oltre 30 anni ha lavorato in Tesco fino a diventare ceo per l'area asiatico, è il nuovo ceo di Morrison. Dal 2011 era consulente nel settore distributivo di società di private equity.

Tom Heidman, classe 1959, membro del cda del gruppo olandese delle carni Vion Food Group, è stato nominato ceo ad interim a seguito delle dimissioni di Michiel Herkemij, in carica negli ultimi 12 mesi. Heidman non siederà nel consiglio fino alla nomina del nuovo ceo. tom.heidman@vionfood.com

Nuove responsabilità per Horacio Barbeito, presidente e ceo di Wal-Mart Argentina dal 2012 e nel gruppo dal 1995. Assume le stesse funzioni anche della filiale cilena del leader mondiale della distribuzione moderna, a seguito delle dimissioni di Gian Carlo Nucci. Riprenderà direttamente a Enrique Ostalé, presidente e ceo di Wal-Mart Latinoamérica. La gestione corrente di Wal-Mart Argentina sarà affidata al direttore marketing, strategie ed e-commerce Augustín Becar Varela.



Horacio Barbeito

Promozione per Steve Easterbrook, da chief brand officer della multinazionale americana della ristorazione veloce McDonald's (24 miliardi euro), ne è diventato ceo, in sostituzione del dimissionario Don Thompson. Easterbrook, che ha lavorato per 22 anni in McDonald's, zalvo nel biennio 2011-2013 durante il quale ha diretto le catene di ristoranti PizzaExpress e Wagamama nel Regno Unito, avrà il difficile compito d'invertire il trend di calo degli utili di McDonald's, scesi del 15% lo scorso anno.



Bob Spooner

Bob Spooner è il nuovo direttore logistica del colosso vitivinicolo australiano Treasury Wine Estate (11 mila ha di vigneti, vendite per 30 mln casse di vino l'anno, 1,2 miliardi euro di fatturato). Già direttore di Hovis (pane industriale e farine) e direttore logistica della capofila Premier Foods, prende il posto di Stuart McNab, che ha ricoperto l'incarico negli ultimi 20 anni.

Villa (marketing director Nasa) analizza un mercato che per l'Italia vale 804 mln €

Il vino punta sui Millennials I consumatori Usa più promettenti sono gli under 33

DI GIOVANNI BUCCHÌ

La via dell'export per i produttori di vino passa ancora dagli Stati Uniti, primo Paese importatore con i suoi 329 milioni di casse vendute nel 2013. E in cima alla classifica dei fornitori c'è proprio l'Italia con un giro d'affari di 804 milioni di euro. Tuttavia, per mantenere questo primato e permettere a nuove aziende di sbarcare (Oltreoceano o a quelle già presenti di allargare le proprie posizioni, occorrono nuove strategie. Alcuni spunti li ha forniti un esperto del settore come **Giammarco Villa**, marketing director della North American Sommelier Association (Nasa) e wine instructor alla University of California Los Angeles (Ucla Extension), intervenuto lunedì 23 febbraio alla manifestazione «Vini ad arte» a Faenza, invitato dal Consorzio Vini Romagna.

Secondo la sua analisi, la fascia di consumatori

americani su cui le aziende vitivinicole italiane dovrebbero accendere i riflettori è quella dei Millennials, i ragazzi tra i 21 e i 33 anni. «Negli Stati Uniti rappresentano il 23% del mercato», ha spiegato Villa, «e saranno loro a guidarlo nel futuro prossimo, anticipandone le nuove tendenze. Prestano una grande atten-

zione ai vini importati, in particolare dal sud dell'emisfero». Non è un caso, infatti, se le importazioni di vino in Usa da Paesi come l'Argentina e la Nuova Zelanda siano aumentate del 27,6 e 21,1%. «Per le produzioni italiane, i Millennials apprezzano molto le nostre bollicine», ha aggiunto Villa, «motivo per cui Moscato, Prosecco e Lambrusco rappresentano i nuovi trend del momento».

Per raggiungere questi giovani consumatori, le cantine italiane non possono prescindere dal web; da qui l'invito di Villa a mettere in campo strategie di promozione tramite la creazione di efficaci siti internet in inglese e l'utilizzo professionale dei social media. Senza però dimenticare le azioni di cross marketing, da effettuare collegando il proprio vitigno alla storia e ai marchi del territorio, alle sue bellezze artistiche fino alle certificazioni biologiche e biodinamiche, decisive nel mercato statunitense.



Da oggi 50 aziende protagoniste in Marocco

Cinquanta aziende italiane protagoniste da oggi a venerdì a El Jadida, in Marocco, alla seconda edizione di Medimit Agro, il salone italiano delle tecnologie e delle innovazioni per l'agricoltura, la zootecnia e le energie rinnovabili.

Si tratta di una manifestazione che consente «di incontrare un pubblico qualificato di professionisti da noi selezionati in collaborazione con la Camera di commercio italiana in Marocco», spiega Francesco Bresolin, presidente di Medimit srl, società organizzatrice controllata da Veronafiere. Con un pil cresciuto nel 2013 del 4,4% e un'economia agricola che rappresenta il 19% di quella totale (7,8 milioni di ettari e 1,5 milioni di imprese), il Marocco può offrire infatti notevoli opportunità di sviluppo. Il settore agricolo, come sottolinea Giovanni Mantovani, dg di Veronafiere, «è in forte crescita, grazie a un Piano Verde di rilancio del comparto primario molto articolato, con interventi per oltre 13 miliardi di euro entro il 2020 e obiettivi mirati a specializzare la cerealicoltura, l'orticoltura, i settori olivicolo, agrumicolo e dello zucchero, la carne bovina e avicola». «Grazie ad accordi di libero scambio», aggiunge Ettore Riello, presidente di Veronafiere, «il Marocco offre l'accesso duty-free a un mercato di 55 paesi, che rappresentano oltre un miliardo di consumatori».

Giovanni Bucchi

RISIKO AGRICOLO

DROGHERIA&ALIMENTARI-MCCORMICK & CO

È prevista per maggio prossimo la finalizzazione dell'operazione di cessione per 85 mln euro (50 mln subito e altri 35 nel 2018) all'americana McCormick & Co di Drogheria & Alimentari, azienda succeduta del settore delle erbe e spezie con un fatturato di 50 mln euro, al 20% controllata dalle famiglie Barbogli e Carapelli. L'acquisizione, soggetta al via libera dell'autorità Antitrust, completerà il portafoglio marchi di McCormick in Europa. La multinazionale Usa sviluppa un fatturato di 3,75 mld euro.

LA DORIA

Ammontano a 36 mln euro nel triennio 2015-2017 gli investimenti che il gruppo conservero campano La Doria (631,4 mln euro) metterà in campo per arrivare a sviluppare un fatturato di 777 mln euro di qui a 3 anni. La Doria lavorerà per crescere ulteriormente nel suo core business, le conserve negoziate private label. Sul mercato nazionale intende consolidare le sue quote nei derivati del pomodoro, incrementare quelle nei legumi, sviluppare quelle nei sughi pronti e incrementare la penetrazione dei marchi acquisiti di recente, Althea e Bella Poma. Sui mercati esteri amplierà l'offerta in Uk, Germania, Giappone e Australia, cercherà di crescere in su Francia e Stati Uniti dove è oggi sotto-rappresentata e svilupperà mercati nuovi per il gruppo come Cina, Sudest asiatico, Arabia Saudita ed Emirati Arabi. Investirà inoltre nello sviluppo del segmento

premium e per spostare il mix verso conserve a più alto valore aggiunto, espandendo anche le linee di prodotto con packaging innovativi e a basso impatto ambientale. Cercherà infine di migliorare l'efficienza operativa, gestionale e dell'area acquisti.

CLOETTA

Il calo delle vendite e la debolezza della domanda in Italia spingono Cloetta (524 mln euro), lo specialista scandinavo delle caramelle e pasticcieri che dal 2012 ha acquisito Leaf Italia, a tagliare 30 posti di lavoro presso la filiale cremonese del gruppo.

CESENALAB

Quattro giovani, tre informativi e una tecnologica alimentare, assistiti dall'incubatore di start-up Cesenalab e finanziati dalla cooperativa Alimono, hanno messo a punto un'app che valuta la salubrità dei cibi. Scansionando l'etichetta con lo smartphone l'app fornirà informazioni sul prodotto, come ingredienti e valori nutrizionali, assegnandoli un punteggio da uno a dieci. Suggestirà anche prodotti alternativi con una pagella migliore.

CIR FOOD

Ammontano a 23 mln euro gli investimenti pianificati per quest'anno da Cir Food destinati soprattutto alle strutture operative, alle nuove gestioni e alla formazione del personale. L'azienda, che gestirà 20 ristoranti nel sito dell'Expo, punta a sviluppare un fatturato di 530 mln euro nel 2015 e ha in programma 300 nuove assunzioni.

CONSORZIO CACCIATORE DOP

Il Consorzio del salame cacciatore Dop ha registrato il marchio Salame cacciatore Dop negli Stati Uniti, tutelandosi così dalla contraffazione del made in Italy in uno dei paesi dove è più diffuso.

PANE ALTAMURA DOP

I cerealicoltori del Barese sono sul piede di guerra. Mettono in dubbio il fatto che i produttori di pane di Altamura Dop rispettino il disciplinare di produzione della Dop, che ammette l'impiego di farine di grano duro prodotte localmente che devono essere per almeno l'80% delle varietà appulo, arcangelo, duilio e simeto.

DR. SCHÄER

Dr. Schär (260 mln euro), il gruppo belgiano leader in Europa, negli alimenti privi di glutine, ha acquisito il suo distributore in Brasile: Mentor Impartação de Alimentos Distribuição.

COMMUNITY FOODS-LIDL

Community Foods (82,7 mln euro), distributore britannico di frutta secca anche biologica, ha siglato un contratto di fornitura col discounter Lidl relativo alla rete di vendita di quest'ultimo nel Regno Unito e in Irlanda. La commessa potrebbe generare per Community Food un business aggiuntivo di poco meno di 2,5 mln euro.

DANISH CROWN-TICAN

Fusione in vista, autorità Anti-

trust permettendo, per le due cooperative danesi di macellazione suina Danish Crown e Tican. La prima ha un fatturato di 7,77 mld euro, 8.278 soci e nell'esercizio 2013-2014 ha macellato 22 mln maiali. La seconda un fatturato di 700 mln euro, 277 soci e 1,9 mln maiali macellati. La finalizzazione dell'operazione richiederà alcuni mesi.

CHEKIZOV-GRUPO FUERTES-AMMINISTRAZIONE TAMBOV

Con la consegna d'attrezzature progettate appositamente del valore di 40 mln euro, entrano nel vivo i lavori per la costruzione, nel distretto di Pervomajsky nella regione sud orientale russa di Tambov, di un impianto integrato d'allevamento/ macellazione di tacchini frutto di una joint-venture fra il gruppo russo Cherkizov, la società spagnola Grupo Fuertes e l'amministrazione della regione di Tambov. L'impianto prevede un impianto d'incubazione per 5,9 mln uova l'anno, uno di produzione di mangime per 150 mila tons e di stoccaggio di granaglie da 120 mila tons, e un macello con una capacità di 40 mila tons l'anno di carni.

CARGILL-MONDELEZ

Le multinazionali americane Cargill e Mondelez Int'l hanno siglato un accordo di collaborazione sul progetto di sostenibilità Cocoa Life program grazie al quale Mondelez intende coinvolgere 260 mila coltivatori di cacao e arrivare ad approvvigionarsi al 100% di cacao prodotto con metodi sostenibili.

Luisa Conti