

A Tuttofood il Forum di Filiera Italia e Coldiretti con il Presidente del Consiglio Conte

## Il cibo italiano vale 205 mld, ecco le priorità

*Prandini: "Le imprese agricole sono il vero valore aggiunto dell'agroalimentare"*

L'agroalimentare nazionale vale 205 miliardi e rappresenta il 12% del Pil ma è soprattutto un elemento di traino per l'intera economia all'estero dove rappresenta il vero simbolo del Made in Italy. E' quanto è emerso all'incontro al primo Forum dell'agroalimentare italiano organizzato da Filiera Italia e Coldiretti a Tuttofood alla presenza del Presidente del Consiglio Giuseppe Conte. All'evento hanno partecipato insieme al presidente di Coldiretti Ettore Prandini, al segretario generale Vincenzo Gesmundo e a quello di Filiera Italia Luigi Scordamaglia, l'Assessore agricoltura e alimentazione della regione Lombardia Fabio Rolfi, il Presidente Fondazione Fiera Milano Giovanni Gorno Tempini, il Presidente dell'ICE Carlo Ferro, il Presidente Confindustria Lombardia Marco Bonometti, Nunzio Tartaglia responsabile direzione CDP imprese e Paolo De Castro Presidente Comitato Scientifico Filiera Italia. Con 1,3 milioni di addetti, +33,3% in 5 anni, 41,8 miliardi di euro di esportazioni con un incremento del 47,8% dal 2008, le imprese agricole di eccellenza italiane rappresentate da Coldiretti e i principali marchi dell'industria alimentare nazionale, riuniti in una storica alleanza, hanno presentato al presidente del Consiglio Conte una realtà da primato del Made in Italy nel mondo e le aspettative che il settore ha per il futuro. Una realtà eccezionale fotografata dal primo studio su "Il valore della filiera italiana del cibo" illustrato durante il convegno dal presidente del Censis Giuseppe De Rita. Ma la potenza del Made in Italy del cibo non

sta solo nella grandezza dei suoi numeri aggregati che mostrano un settore in decisa controtendenza che cresce più e meglio degli altri e che in poco tempo è stato capace di diventare un traino per l'economia italiana. A fare la differenza è proprio il modello che oggi la produzione

della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che "con Filiera Italia abbiamo promosso una realtà innovativa legata da un tessuto valoriale che rinvia alla tutela dell'origine, alla difesa del patrimonio agroalimentare, alla sostenibilità, all'equità negli scambi e nel mercato". Un vei-

più alto numero di prodotti di origine garantita certificata e biologici, per migliorare le opportunità di lavoro e di reddito, difendere i marchi italiani e soprattutto combattere il falso made in Italy e l'Italian sounding sono i temi principali affrontati dal presidente del Consiglio.



"Dobbiamo lavorare - ha detto il premier - per ottenere una disciplina più armonica e rigorosa per quanto riguarda i diversi sistemi di etichettatura, qui - ha aggiunto - c'è il problema dei decreti attuativi ai quali dobbiamo lavorare". Con obiettivi precisi: garantire una maggiore trasparenza per i consumatori, ottenere una più sicura tracciabilità e una maggiore consapevolezza degli acquisti e combattere in questo modo la concorrenza sleale dei prodotti stranieri.

agricola nazionale e la parte migliore dell'industria alimentare condividono a pieno e difendono. Va proprio nel senso di promuovere e valorizzare un modello di sviluppo unico e distintivo e una strategia unitaria di internazionalizzazione la partnership tra Filiera Italia e Fiere di Milano che punta a sostenere Milano come porta del cibo italiano verso il mondo. "Con questa iniziativa abbiamo ripreso in mano il testimone lasciato da Expo con il suo slogan "no farmers no party" per sostenere il nuovo protagonismo delle imprese agricole che rappresentano il vero valore aggiunto del sistema agroalimentare nazionale", ha affermato il presidente

colore potentissimo per accelerare l'affermazione del vero Made in Italy agroalimentare nel mondo che va difeso in Italia ed in Europa dove la battaglia è quella della difesa delle risorse per l'agricoltura, a partire dalla Pac; l'obbligo dell'origine in etichetta per fermare la concorrenza sleale dei prodotti stranieri spacciati per Italiani, la revisione degli accordi di libero scambio e la definizione di standard produttivi uguali per tutti in modo che tutti i prodotti sugli scaffali europei rispettino le stesse norme in termini ambientali, di sicurezza alimentare e di rispetto delle norme sul lavoro". Partire dalle ricchezze dell'agroalimentare made in Italy, caratterizzato dal

correnza sleale dei prodotti stranieri. Conte ha poi criticato le etichette a semaforo: "dobbiamo scongiurare ossessioni ed eccessi come mettere un codice rosso sul nostro olio di oliva". Al termine del forum Prandini e Gesmundo hanno consegnato al premier un cesto con i prodotti del falso Made in Italy a tavola scovati nei diversi continenti. "Quello che con l'eredità di Expo è ormai sempre più riconosciuto a livello globale - ha detto Luigi Scordamaglia Consigliere delegato di Filiera Italia - è che la filiera italiana del cibo viene considerata il modello ideale per vincere la sfida alimentare del futuro a livello globale".

**ECONOMIA** Firmato il protocollo al Macfrut, iniziative su Ocm, promozione e formazione

## Intesa Coldiretti-Unaproa per l'ortofrutta

Superare i ritardi logistici e infrastrutturali, sostenere la produzione di frutta e verdura, sperimentare forme di etichettatura innovative con la blockchain, promuovere progetti di internazionalizzazione per il prodotto Made in Italy per garantire un giusto reddito agli agricoltori italiani. Sono gli obiettivi della storica intesa tra Coldiretti, la maggiore organizzazione agricola europea, e Unaproa, l'Unione Nazionale tra le Organizzazioni dei Produttori Ortofrutticoli, Agrumari e di Frutta in Guscio, presentata al Macfrut il Fruit&Veg Professional Show di Rimini nel corso di un incontro cui hanno partecipato, tra gli altri, il presidente della Coldiretti Ettore Prandini, il vice presidente di Unaproa Felice Poli, Paolo De Castro Primo Vice presidente Commis-



sione Agricoltura e Mattia Noberasco della Noberasco Spa. Il protocollo prevede iniziative per lo sviluppo di forme di aggregazione dei produttori, soprattutto in cooperative, e il potenziamento dei servizi per facilitare l'accesso delle aziende alle opportunità offerte dal mercato (Ocm). Un obiettivo che guarda soprattutto ai territori del

Meridione per assicurare nuove opportunità occupazionali e di sviluppo a quelle zone, a partire dai giovani che sempre più spesso si rivolgono all'agricoltura per sviluppare traiettorie di futuro. Ma l'intesa guarda anche ai consumatori, con lo sviluppo dei prodotti ortofrutticoli a marchio Fai (Firmato dagli agricoltori italiani) e 5colori del benessere per assicurare la qualità e la sostenibilità di quanto si porta in tavola, con un occhio in particolare per bambini e ragazzi. In tale ottica Coldiretti e Unaproa svilupperanno iniziative di promozione per favorire il consumo di frutta e verdure presso i più giovani. Il patto Coldiretti-Unaproa vuole inoltre essere un think tank per la realizzazione di analisi e proposte per la riforma delle politiche europee di settore,

ma anche per la formazione e l'assistenza alle imprese agricole. Un altro punto cardine è poi la realizzazione di progetti di internazionalizzazione per superare i ritardi logistici e aiutare il settore ad agganciare la ripresa della domanda all'estero dove sconta un ritardo organizzativo, infrastrutturale e diplomatico. Importante anche il tema dell'accesso al credito e delle assicurazioni contro la calamità, tema particolarmente sentito dagli agricoltori che producono frutta e verdura, sempre più esposti al rischio grandine a causa degli effetti dei cambiamenti climatici. Un impegno importante riguarderà poi i progetti di innovazione e sperimentazione soprattutto in ambito di sostenibilità e tracciabilità attraverso anche sperimentazioni basate sulla tecnologia blockchain.

## Volano i consumi di frutta e verdura, +1 mld di kg in 10 anni

I consumi di frutta e verdura degli italiani sono aumentati di quasi un miliardo di chili nell'ultimo decennio facendo registrare nel 2018 il record del periodo per un quantitativo complessivo nel carrello di 8,7 miliardi di chili. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti presentata in occasione dell'inaugurazione del Macfrut il Fruit & Veg Professional Show di Rimini con il presidente nazionale della Coldiretti Ettore Prandini nell'ambito dell'incontro "Ortofrutta: innovazione, politiche e consumi". La spinta al consumo è avvenuta per effetto soprattutto delle preferenze alimentari dei giovani che fanno sempre più attenzione al benessere a tavola con smoothies, frullati e centrifugati

consumati al bar o anche a casa grazie alle nuove tecnologie. Se le mele a livello nazionale sono state il frutto più consumato, al secondo posto ci sono le arance, mentre tra gli ortaggi preferiti dagli italiani salgono sul podio nell'ordine le patate, i pomodori e le insalate/indivie. In crescita la spesa per gli ortaggi freschi pronti al consumo (la cosiddetta IV gamma) che chiudono il 2018 con una crescita a valore del +5% rispetto all'anno precedente con quasi 20 milioni di famiglie acquirenti, secondo Ismea. Tra le tendenze si registra il forte aumento degli acquisti diretti dal produttore dove nel corso del 2018 hanno fatto la spesa 6 italiani su dieci almeno una volta al mese secondo l'indagine

Coldiretti/Ixe. A sostenere la domanda è la spinta dell'innovazione, in scena a Macfrut, dal campo allo scaffale. Dai sensori in campo per ottimizzare il ciclo colturale delle produzioni al vassoio con airbag per non ammaccare la frutta pronta al consumo fino alle nuove combinazioni tra frutta e formaggi nel ready to eat. L'Italia è il primo produttore Ue di molte verdure e ortaggi tipici della dieta mediterranea e italiana come pomodori, melanzane, carciofi, cicoria fresca, indivie, sedano e finocchi. L'Italia risulta poi il secondo produttore dell'Unione europea di lattughe, cavolfiori e broccoli, spinaci, zucchine, aglio, ceci, lenticchie e altri legumi freschi.

## Pomodoro da industria, al Nord un accordo fuori tempo

e si ritenevano non compatibili con una adeguata programmazione delle coltivazioni di pomodoro da industria le tempistiche dell'accordo 2018, siglato a metà febbraio, cosa dire dell'accordo 2019 per l'area nord, raggiunto il 3 maggio? Ha un senso una ritualità che vede definire le condizioni per la conduzione di una campagna del pomodoro che, in realtà, è iniziata da mesi con la scelta e la preparazione dei terreni, gli or-

dini per le piantine e la realizzazione dei trapianti in pieno campo già in corso? L'accordo per la campagna del pomodoro da industria 2018 nel Nord tra le rappresentanze industriali e le OP del pomodoro, prevede un prezzo indicativo, da ratificarsi poi nei singoli contratti, che sarebbe pari a 86 euro a tonnellata, in crescita rispetto al prezzo indicativo del 2018 di 79,75 euro/tonnellata, ma ben lontano dai

92 euro/tonnellata del 2015. Un prezzo che sarà difficile che venga applicato integralmente, visto che è prevista una "base 100" per il prodotto che raggiunge 4,95°Brix, quando la media dei raccolti degli ultimi 5 anni è stata pari a 4,75°Brix. E anche la griglia relativa alla qualità rimarrebbe penalizzante. Nella sostanza è un accordo che non consente, per la parte agricola, la copertura dei costi di produzione.

Ancora nessuna novità invece per l'area Centro-sud, ovvero per circa il 50% della produzione nazionale. Il pomodoro da industria interessa in Italia la coltivazione di circa 60.000 ha, per una produzione che nel 2018 ha raggiunto i 4,65 milioni di tonnellate, lavorate da un centinaio di imprese di trasformazione (con il 60% dei derivati prodotti che è destinato all'export), per un valore che supera i 3 miliardi di euro.

L'INIZIATIVA Aperta a Roma la Evoo School Italia di Unaprol, presentazione a Tuttofood

## Nasce la prima scuola dell'extravergine

Un luogo, nel cuore della capitale, dove poter diffondere la conoscenza dell'olio, formare professionisti del settore, supportare lo sviluppo delle aziende olivicole e dialogare con le istituzioni. E' la Evoo School Italia, la scuola dell'olio promossa da Unaprol, Coldiretti e Campagna Amica che ha aperto i battenti a Roma in via Nazionale. L'iniziativa è stata presentata alla Fiera di Milano, nel corso della manifestazione TuttoFood, alla presenza di Ettore Prandini, presidente Coldiretti, David Granieri, presidente Unaprol – Consorzio olivicolo italiano e Giorgio Santambrogio, Ceo VEGÉ e Presidente ADM. Si tratta di un nuovo centro di riferimento per tutti gli operatori della filiera olivicola che sviluppa un fatturato di oltre 3 miliardi di euro e vede impegnate circa 400mila aziende italiane specializzate.

I docenti della scuola sono assaggiatori professionali, agronomi, tecnici ed esperti del settore olivicolo, scelti sulla base dell'esperienza nell'ambito della



formazione e della comunicazione. Molto ampio il campo dei possibili destinatari: imprenditori agricoli, consumatori, buyers, operatori della ristorazione, frantoiani, appassionati e blogger. L'offerta didattica si divide in una parte teorica e una di formazione sensoriale, attraverso prove, in-

contri e degustazioni, ed è pensata per offrire una formazione altamente specializzata per quanti operano nella produzione, distribuzione e promozione dell'olio di qualità. La scuola realizzerà corsi base e tecnici (con attestazione di idoneità e certificazione per l'iscrizione nell'elenco nazionale degli assaggiatori), seminari divulgativi e corsi professionalizzanti dove verranno approfonditi tutti gli argomenti rilevanti per il settore: stili alimentari e di consumo, attributi positivi e negativi dell'olio, cultivar principali, marketing, biodiversità, nutraceutica, usi gastronomici (è prevista la traduzione simultanea in inglese delle lezioni). Nel sito dedicato ([www.evooschool.it](http://www.evooschool.it)) sarà possibile trovare tutte le informazioni e, nella sezione Corsi, consultare il calendario completo delle attività e scaricare i moduli per iscriversi alle diverse iniziative.

ECONOMIA

## Accordo Ice-Amazon sul cibo on line

Ci sono oli, aceti olive e sottaceti, pasta, formaggi, salse e sughi, salumi, marmellate, legumi, riso e farina nella lista dei prodotti che potranno beneficiare della intesa firmata il 7 maggio scorso tra Amazon e Ice Agenzia per sviluppare le vendite delle piccole medie imprese italiane oltre che nel nostro paese anche in Regno Unito, Francia, Germania, Spagna e Stati Uniti. L'accordo prevede la realizzazione di un piano di sviluppo per l'inserimento di nuove aziende e dei loro prodotti nella vetrina di Amazon dedicata esclusivamente al Made in Italy. Si punterà su attività per la formazione e il supporto alle aziende nelle vendite online e il marketing con l'obiettivo di promuovere i prodotti e aumentare le vendite all'estero. L'iniziativa è rivolta a 600 nuove aziende, di cui 350 nella condizione di zero-export alle quali in primis è richiesto il rispetto dei requisiti del made in Italy. Le aziende saranno inserite nella vetrina e per 18 mesi potranno usufruire di campagne di valorizzazioni finanziate dall'Ice che daranno visibilità ai prodotti. L'iniziativa rientra nel Piano straordinario per la promozione del made in Italy. Per aderire si dovrà presentare la manifestazione di interesse entro il prossimo 15 luglio. Si partirà con la selezione delle prime 200 aziende, il 16 luglio sarà pubblicata una ulteriore circolare.

## Dazi Trump, arriva la petizione salva olio

E' partita la prima petizione per chiedere al Dipartimento USA al commercio estero (USTR) di escludere l'olio d'oliva europeo dalla lista di prodotti su cui pende la scure dei dazi "punitivi" voluti dal Presidente degli Stati Uniti Donald Trump. Lo rende noto la Coldiretti nel sottolineare che la North American Olive Oil Association (NAOOA) ha avviato l'iniziativa "Non tassate la nostra salute" che può essere sottoscritta in line (<https://www.aboutoliveoil.org/petition>) dopo che è stata ufficialmente avviata la procedura per far scattare nuovi dazi Usa, dopo la Cina, anche nei confronti dell'Unione Europea per la disputa sull'industria aeronautica con la

consultazione pubblica delle parti interessate che dovrà concludersi il 28 maggio secondo quanto pubblicato sul registro Federale dal Dipartimento del Commercio statunitense. Intanto sempre per effetto dei dazi crolla dell'11% il prezzo della soia alla borsa merci di Chicago, principale punto di riferimento mondiale per la quotazione delle materie prime agricole. In caso di mancato accordo tra Usa e Cina si teme che la reazione di Pechino possa colpire l'importazione nel Paese asiatico di soia coltivata negli Stati Uniti che si contendono con il Brasile il primato globale nei raccolti seguiti, sul podio, dall'Argentina per un totale dell'80% dei raccolti mondiali.

## Credito in calo nel 2018, ma l'agricoltura tiene

In flessione il credito agricolo nel quarto trimestre 2018. Lo rileva Ismea nel report AgrOsserva in cui segnala però che la riduzione registrata nel settore agricolo pari al 3,9 % rispetto al 2017 è comunque nettamente inferiore al calo del 7% del sistema economico totale. Complessivamente lo stock degli impieghi ha raggiunto quota 41,2 miliardi, il 5,5% del totale del credito pari a 752 miliardi. Un altro elemento evidenziato dal report è la riduzione dei prestiti oltre il breve termine destinati agli investimenti. Lo stock è di 11,4 miliardi con un segno meno rispetto all'anno

precedente dell'1,4%. Le maggiori riduzioni si registrano per acquisti di macchine, attrezzature e mezzi di trasporto (4,3 miliardi in calo del 2,8%) e per le costruzioni di fabbricati rurali (4,9 miliardi -2,4%). Segno positivo invece per gli acquisti di immobili rurali per un impegno di 2,7 miliardi con un incremento del 2,7% rispetto all'anno precedente. L'industria alimentare, dopo un leggero aumento dello stock di prestiti nel terzo trimestre (+0,1%), ha chiuso il 2018 con una riduzione dell'1,7% in linea con l'andamento del 2017.

**ECONOMIA** Le quotazioni settimanali fanno registrare anche un incremento per i suini

## Prezzi, segnali di ripresa per il latte spot

Segnali di ripresa per le quotazioni di latte crudo spot dopo mesi di continui cali, mentre prosegue il trend positivo per i suini. Restano invece ferme le quotazioni delle carni bovine. Ad Arezzo, secondo le rilevazioni Ismea, le scrofe hanno guadagnato il 3,7%. In aumento i listini dei suini da allevamento: +0,7% per i 20 kg, +1,4% per 30 kg., + 2,2% per 40 kg e + 2,9% per 65 kg. Incrementi anche per i capi da macello (+1,4%). A Parma prezzi in rialzo del 3,5% per la taglia 100 kg, tra +0,2% e + 4% per i capi da 15 a 80 kg. Incrementi tra il 2,3 e il 2,5% per i suini da macello. Analogo il trend sulla piazza di Perugia dove l'aumento maggiore del 2,3% è per i 100 kg, variazione dallo 0,5% all'1,9 per tutte le altre taglie. I capi da macello guadagnano tra +2,3 e 2,6%. Sul fronte degli avicoli, nei mercati monitorati da Ismea, si rileva a Forlì un incremento dello 0,9% per i polli, mentre perdono terreno le



uova: -3,1% le Medium e -3,7% le Small. Listini delle uova in frenata anche a Firenze (-0,9 le Large, -1% le medium). Recupero dello 0,7% a Verona per i tacchini. In perdita del 14,3% gli agnelli a Cagliari, flessione, più contenuta, anche a Foggia.

**Cereali** - Cereali con segno meno a Catanzaro (-5,6% l'avena), mentre l'orzo estero ha segnato +0,5% a Brescia. Bene a Genova i semi oleosi raffinati di arachide (+2,9%).

Alla Granaria di Milano in flessione, tra i frumenti teneri nazionali, quelli panificabili (-1 euro9 e altri usi (-1 euro). Tra i teneri esteri perdite di due euro sulla settimana precedente per comunitario panificabile, Canada West.R, Spring, e North Spring. Nessuna variazione per i frumenti duri nazionali ed esteri. In calo i sottoprodotti della lavorazione del grano duro. Giù di 2 euro l'orzo comunitario. Su terreno negativo anche i semi oleosi (-6 soia nazionale, -8 quella estera), gli oli vegetali grezzi (-10 i semi di soia delecitinata) e quelli raffinati alimentari (-10 semi di soia). Male i risoni, dal Volano al Roma e Carnaroli, dal Dardo, Luna al Selenio. Per i risi a fronte dei ribassi di 20 euro per Arborio, di 30 per Lungo B e di 40 per Carnaroli e Lido spiccano gli incrementi di 30 euro per Roma e di 40 per Sant'Andrea.

**Latte** - E' tomato, dopo mesi, il segno più sulle quotazioni del latte crudo spot. A Milano aumento

dello 0,7% (39,18 centesimi il minimo 39,69 il massimo). A Verona prezzi fermi a 39,69-40,72.

Le Cun - Per i suinetti ancora rialzi per i lattonzoli da 15, 25, 30 e 40 kg e per i magroni da 50, 65, 80 e 100 kg. Fermi i listini dei suini da macello del circuito tutelato e non tutelato. Tendenzialmente stabili le scrofe da macello. Per i tagli di carni suine fresche rialzi per quasi tutti i tagli con la sola eccezione del carré senza coppa e busto con coppa, stabile il lardo. Nessuna variazione per grasso e strutti. Fermi i listini dei conigli.

Per quanto riguarda le uova sono state fissate le nuove quotazioni tenendo presente che non erano state formulate nell'ultima riunione del 29 aprile. Per le uova allevate in gabbia i prezzi sono così fissati: 0,75 euro/kg per le Small, 1,05 per le Medium e 1,09 per le Large. Per quelle allevate a terra: 0,85 per le Small, 1,23 per le Medium e 1,27 per le Large.

## Floriana Fanizza nuova leader delle imprese agricole rosa

In Italia quasi un'azienda agricola su 3 (29%) è guidata da donne che hanno portato un profondo apporto in termini di innovazione e sostenibilità all'agricoltura italiana, oggi il secondo settore per presenza di imprese rosa dopo il commercio. E' quanto emerge da un'elaborazione di Coldiretti su dati Unioncamere in occasione dell'elezione a Palazzo Rospigliosi a Roma di Floriana Fanizza, agricoltura e imprenditrice agrituristica e olivicola di Fasano (Puglia) come nuova responsabile nazionale di Donne Impresa Coldiretti la maggiore associazione femminile di categoria. Al suo fianco, in rappresentanza di tutte le regioni d'Italia, una giunta formata dalle due vice presidenti Rita Licastro, olivicolttrice della Calabria e Chiara

Bortolas coltivatrice di ortaggi in Veneto oltre a Elisabetta Secci dalla Sardegna, Wilma Pirola dalla Lombardia, Cristina Adelmi dalla Liguria, Margherita Scognamillo dalla Sicilia, Elena Bertini della Toscana e Antonella Di Tonno dall'Abruzzo. "Oggi l'agricoltura è donna - sottolinea Floriana Fanizza - grazie alle grandi opportunità offerte dall'agricoltura sociale, dall'agriturismo e dalla vendita diretta con l'aumento del numero delle donne ai vertici di aziende multifunzionali. Riuscire a coniugare in forma responsabile attività produttiva e servizi alla persona, visione imprenditoriale e progetti di filiera, ragioni private e bene comune è il progetto ambizioso che Coldiretti sta contribuendo a realizzare".



## Fao, in rialzo ad aprile le quotazioni agricole mondiali

Carne, latte e formaggi spingono in alto i prezzi mondiali dei prodotti agroalimentari, mentre sono ancora in ribasso i listini dei cereali. E' lo spaccato dell'ultimo indice dei prezzi registrati dalla Fao che segnala ad aprile una crescita dell'1,5%, il livello più alto da un anno. Restano invece su terreno negativo i cereali che hanno perso il 2,8% con l'andamento

più negativo per frumento e mais, ma con prospettive di produzione favorevoli. Stabile il riso. Per i latticini caseari la Fao registra il quarto aumento consecutivo che ad aprile si è attestato sul 5,2% sul mese precedente. A trainare le quotazioni la domanda internazionale e l'allarme per la produzione in Oceania. Su del 3% anche i prezzi delle carni trainate da

quella suina. La Cina ha infatti aumentato la domanda per la riduzione dell'offerta nazionale dovuta al propagarsi della peste suina. Ma anche i prezzi di carni bovine, ovine e del pollame sono cresciute. In salita dello 0,9% i listini degli oli vegetali e dell'0,8% dello zucchero. Intanto sul fronte della produzione la Fao stima un incremento del 2,7% rispetto al

l'anno precedente della produzione di cereali che dovrebbe raggiungere quota 2.722 milioni di tonnellate con una previsione del rialzo dei consumi dell'1,1%, e valori ancora più marcati per il riso e i cereali secondari per mangimi e uso industriale. Una domanda vivace che determinerà una flessione delle scorte mondiali a 847 milioni di tonnellate nel 2019.