

La via Emilia incontra la via della Seta

La Regione rafforza le relazioni con il grande Paese asiatico.
In occasione della Settimana della cucina italiana, Shanghai vetrina dell'agroalimentare emiliano-romagnolo

PAOLA FEDRIGA

La Food Valley punta alla Cina, un mercato enorme nel quale giocare la carta della qualità mettendo in campo le 44 Dop e Igp che fanno dell'Emilia-Romagna la regione europea con il maggior numero di prodotti certificati. L'occasione è stata data dalla seconda edizione della "Settimana della cucina italiana nel mondo" inaugurata a Shanghai dal presidente della Regione, Stefano Bonaccini, nell'ambito di "Riso", l'importante salone dedicato al *food* che ha aperto i battenti la scorsa estate.

Il gigante asiatico rappresenta oggi il secondo mercato al mondo dopo gli Stati Uniti per consumi alimentari.

La Cina dunque è vicina per

LO SPECIALE IN BREVE

Promozione dell'agroalimentare regionale, sicurezza alimentare, sostenibilità ambientale. E ancora: indicazioni geografiche e barriere fitosanitarie. Sono alcuni dei temi al centro della missione che la Regione Emilia-Romagna ha compiuto dal 19 al 26 novembre in Cina, in occasione della Settimana della cucina italiana nel mondo promossa dal ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale, in collaborazione con quelli dell'Agricoltura, dello Sviluppo economico e dell'Istruzione. Destinatarie le principali città del gigante asiatico: Canton, Shanghai, Pechino, passando per Hong Kong. Una missione guidata dal presidente Stefano Bonaccini, presenti gli assessori all'Agricoltura, Simona Caselli, e alle Attività produttive, Palma Costi e forte di un'ampia partecipazione del sistema Emilia-Romagna. Tra gli altri: Apt Servizi, Enoteca Emilia-Romagna, Aster, Ervet, Università di Bologna e Università di Parma, Casa Artusi, Future food institute, Cso. Qualificata la rappresentanza economica e delle imprese: l'Aeroporto di Bologna; le fiere regionali leader nell'agroalimentare e nel biologico, Cibus, Macfrut e Sana, Fico, il più grande parco agroalimentare del mondo appena inaugurato a Bologna. Poi numerose aziende dell'*agrifood* e importanti brand emiliano-romagnoli. Lo speciale ripercorre le principali tappe della visita istituzionale, ma illustra anche le opportunità del mercato cinese per i prodotti agroalimentari (a pag. 26). Infine: focus su tre aziende emiliano-romagnole, che hanno partecipato alla missione. Al centro delle loro strategie: internazionalizzazione e innovazione (articoli da pag. 28 a pag. 33).



Il taglio del nastro della Settimana della cucina emiliano-romagnola a Shanghai. Da sinistra, tra gli altri, la presidente di Apt Servizi Liviana Zanetti, l'assessore regionale all'Agricoltura Simona Caselli, il presidente della Regione Stefano Bonaccini, il console italiano a Shanghai Stefano Beltrame.

l'Emilia-Romagna e le sue eccellenze. Quelle enogastronomiche, espressione di una filiera "dalla terra alla tavola" leader nel mondo per capacità d'innovazione, ma non solo. E infatti la missione emiliano-romagnola è servita anche a promuovere le tante destinazioni turistiche della regione.

Accelera l'export: +36% a giugno 2017

Tornando all'agroalimentare, basta citare un solo dato: dei circa 391 milioni di euro di

prodotti italiani esportati nel 2016 in Cina (+750 % in valore in dieci anni), il 16% è stato prodotto tra Rimini e Piacenza con una crescita del 64% negli ultimi cinque anni. Una spinta in avanti che nel primo semestre del 2017 ha subito un'importante accelerazione mettendo a segno un ulteriore +36% (articolo a pagina 26).

«È un onore – ha affermato il presidente **Bonaccini** – essere qui a tagliare il nastro della Settimana della cucina emiliano-romagnola nel mondo a Shanghai, la capitale economi-

ca della Cina, un Paese con un potenziale straordinario per la qualità dei nostri prodotti Dop e Igp e più in generale per tutto l'agroalimentare dell'Emilia-Romagna: una voce fondamentale della nostra economia, un elemento di forte identità e tradizione. La missione in Cina fa parte della nostra strategia per rafforzare il posizionamento dell'Emilia-Romagna nel mondo, dialogando con i territori più avanzati: continuando a fare sistema, lavorando insieme fra istituzioni, operatori economici e

LA SETTIMANA DELLA CUCINA: I PRODOTTI DOP E IGP, LA PASTA RIPIENA E I VINI DELL'EMILIA-ROMAGNA

La Settimana della cucina emiliano-romagnola in Cina ha potuto contare su un ricco programma di attività formative e degustazioni aperte al pubblico, ma rivolte in particolare ai professionisti del settore: ristoratori, food&beverage manager, giornalisti specializzati, food blogger, cuochi. Produttori, chef, sommelier e rappresentanti delle aziende e associazioni presenti hanno illustrato caratteristiche e tecniche produttive dei prodotti. Le presentazioni sono state animate da una blogger esperta dell'agroalimentare emiliano-romagnolo: Sofia

Zhiqun Fei. Le preparazioni e i piatti in menù a cura dei cuochi di Casa Artusi hanno permesso di rappresentare le varie identità e peculiarità della cucina regionale in un dialogo ravvicinato con quella – forte di una tradizione altrettanto importante – della Cina.

Dalla pasta fresca fatta a mano a prodotti quali il Parmigiano Reggiano, il Prosciutto di Parma e l'Aceto balsamico di Modena, fino alla frutta dell'Emilia-Romagna. Il tutto abbinato ai vini proposti da Enoteca regionale Emilia-Romagna.

sociali, abbiamo tutte le carte in regola per farlo».

Leader in Europa per specialità regionali

La ricca pattuglia delle eccellenze enogastronomiche che dalla via Emilia sono approdate alla Via della Seta è guidata da tre “campioni” come Parmigiano Reggiano Dop, Prosciutto di Parma Dop, Aceto balsamico di Modena Igp: da soli il 36% del fatturato nazionale di prodotti a indicazione geografica, con 2,4 miliardi di euro. Ma non ci sono solo loro. L’Emilia-Romagna rappresenta infatti con 44 specialità il territorio leader in Europa per Dop e Igp: solo per citarne alcuni, dalla Coppa e dal Salame piacentini ai parmigiani Fungo di Borgotaro e Salame di Felino; dall’Anguria reggiana e dall’Aceto balsamico di Reggio alla Mortadella Bologna; dai Cappellacci di zucca ferraresi alla Piadina romagnola, fino al For-



Air-Regione Emilia-Romagna

Il presidente Bonaccini e il governatore Ma Xingrui

BONACCINI INCONTRA IL GOVERNATORE DEL GUANGDONG MA XINGRUI: APPUNTAMENTO NEL 2018 A BOLOGNA

L’Emilia-Romagna rafforza la propria posizione sullo scenario cinese, in particolare la partnership con la regione del Guangdong, quella che in Cina cresce di più e con la quale è stato firmato un accordo di collaborazione già nel 2015.

A Canton – prima tappa della visita – il presidente Bonaccini ha incontrato Ma Xingrui, il nuovo governatore del Guangdong.

Bonaccini ha sottolineato «l’obiettivo di continuare a essere un territorio coeso, capace di generare prodotti apprezzati a livello mondiale e attrattivo per investitori esteri». «I dati – ha aggiunto – confermano la validità delle nostre scelte. In particolare, tra gennaio e marzo 2017 l’esportazione di beni e servizi ha raggiunto un totale di circa 14,6 miliardi di euro (il 13,4% del totale nazionale), con un incremento di quasi 9 punti e la Cina rappresenta un mercato di sbocco importante, in crescita del 34,9% dal 2016 ad oggi. Vogliamo che questo legame con la Cina continui a rafforzarsi e trovi un punto di riferimento nel Guangdong, un’area destinata a di-

ventare epicentro della strategia *One Belt One Road*, cui guardiamo con grande interesse e ci proponiamo come partner strategico tra le regioni d’Europa».

La Nuova Via della Seta è il progetto avviato dalla Cina nel 2013, che l’Onu ha giudicato coerente con gli Obiettivi del Millennio, per sviluppare la connettività globale per il libero scambio e gli investimenti e consentire a tutti i Paesi di avviare un modello di cooperazione per ottenere benefici reciproci. Oltre 100 Paesi e organizzazioni internazionali hanno dato sostegno all’iniziativa; più di 40 hanno firmato accordi con la Cina.

Bonaccini ha colto l’occasione per invitare ufficialmente il governatore del Guangdong in Emilia-Romagna in occasione dell’appuntamento in programma a Bologna nell’ottobre 2018 su *Rinascimento industriale e Industria 4.0*: un summit, aperto anche a California, Stato di New York, Gauteng, Assia e Nuova Aquitania, le altre regioni partner dell’Emilia-Romagna, su come affrontare le grandi sfide dello sviluppo globale mettendo al centro le politiche regionali.

maggio di fossa di Sogliano e allo Scalogno di Romagna. Senza dimenticare i grandi vini.

«Oggi abbiamo presentato i prodotti dell'Emilia-Romagna al pubblico cinese – ha sottolineato l'assessore regionale all'Agricoltura, **Simona Caselli** – spiegando anche come sono fatti e realizzati. Vogliamo rafforzare la nostra presenza in Cina. Per ora possiamo esportare solo alcune specialità e in particolare Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma e Aceto balsamico di Modena Igp. Ma stiamo lavorando per allargare questo paniere e intanto siamo

Inaugurazione di Macfrut Attraction China all'interno di Horti China. Tra gli altri, il presidente di Cesena Fiera e Macfrut, Renzo Piraccini, e il presidente della Regione, Stefano Bonaccini

qui con molti altri prodotti, il cui standard di qualità è altissimo per il mercato cinese».

Dopo New York – la città che nel 2016 ha ospitato la prima edizione della Settimana della cucina italiana nel mondo, promossa dal ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale, in collaborazione con quelli dell'Agricoltura, dello Sviluppo economico e dell'Istruzione – dunque, Shanghai.

D'altra parte la Food Valley guarda sempre più verso i mercati esteri, con un export che vale circa 6 miliardi di eu-

ro (+6,5% nei primi sei mesi 2017). Stati Uniti e Cina sono due mete privilegiate. Ormai consolidata la prima, ricca di grandi potenzialità la seconda.

Sicurezza alimentare: accordo a Canton

Sicurezza alimentare, tracciabilità dei prodotti, innovazione e ricerca per produzioni che sappiano saldare sostenibilità e salubrità: temi molto sentiti in Cina, ma anche sfide su cui l'Emilia-Romagna vanta un importante *know how*. Al tema è stata dedicata una sessione del



L'AGROALIMENTARE EMILIANO-ROMAGNOLO FA SISTEMA: ALLEANZA MAC FRUT-CIBUS. E LA FIERA DI CESENA SBARCA A SHANGHAI



L'ortofrutta *made in Emilia-Romagna* cresce ed è protagonista a Shanghai, al salone Horti Cina, con il taglio del nastro di Macfrut Attraction China, la nuova fiera nata dall'alleanza tra Cesena Fiera e la spagnola Ifema, che si è svolta nella città cinese dal 22 al 24 novembre. La nuova piattaforma potrà rappresentare un'opportunità importante per il sistema produttivo emiliano-romagnolo in un Paese, il gigante asiatico, che costituisce un mercato strategico.

L'ortofrutta costituisce la seconda voce dell'export agroalimentare dell'Emilia-Romagna: un comparto importante che sta dimostrando la propria capacità di

fare sistema dalla terra alla tavola. Una capacità di fare gioco di squadra che non si limita al comparto ortofruticolo: tra i progetti illustrati nel corso della missione in Cina della Regione Emilia-Romagna anche l'alleanza strategica tra Macfrut e Cibus Parma, due dei principali saloni dell'agroalimentare non solo italiano, che proprio in una prospettiva di ulteriore internazionalizzazione della loro offerta – come hanno spiegato **Renzo Piraccini**, presidente di Cesena Fiera, e **Marcella Pedroni** per Cibus – hanno firmato un accordo per favorire l'arrivo di compratori esteri alle due manifestazioni, entrambe in programma nel maggio 2018.

IL GIGANTE ASIATICO APRE ALLE DOP E IGP. BARRIERE FITOSANITARIE: DOPO I KIWI AL LAVORO SULLE PERE

La Cina dà la sua disponibilità ad avviare una campagna di promozione sui prodotti Dop e Igp dell'Emilia-Romagna sul proprio circuito fieristico. Si è concluso con un risultato molto positivo l'incontro tra il presidente della Regione, Stefano Bonaccini e l'assessore all'Agricoltura, Simona Caselli, con i rappresentanti di Aqsq e Cnca, le massime autorità cinesi in campo sanitario e in materia di indicazioni geografiche. A rendere ancora più favorevole il contesto, la recente intesa Ue-Cina sul reciproco riconoscimento, e relativa protezione contro le falsificazioni, di 100 indicazioni geografiche.

Regione e Aqsq hanno anche stabilito di fare un gruppo di lavoro comune per lo scambio di informazioni sui metodi di certificazione e hanno definito un programma di visite dei tecnici cinesi in Emilia-Romagna, dove potranno verificare sul campo metodi e tecniche di produzio-

ne. Buone notizie anche in campo ortofrutticolo. Dopo il kiwi, infatti, si sta aprendo il dossier per l'esportazione delle pere in Cina, dove attualmente, per quanto riguarda il comparto ortofrutticolo, dall'Emilia-Romagna possono 'partire' solo kiwi e arance. Il principale prodotto è però il kiwi, di cui l'Emilia-Romagna è leader con una superficie coltivata di 4.405 ettari e una produzione di 82mila tonnellate, pari al 25% della produzione italiana e al 13% di quella Ue. Una produzione concentrata soprattutto nelle province di Ravenna e Forlì-Cesena. La produzione esportata è pari al 70%, di cui 11mila tonnellate verso la Cina. Potrà ora aggiungersi la pera, frutto per cui l'Emilia-Romagna rappresenta la principale area di produzione in Italia e in Europa, con oltre 20mila ettari coltivati - in particolare nel Ferrarese - e una produzione di 450mila tonnellate, il 68% della produzione nazionale.

World food research and innovation forum, la piattaforma internazionale permanente sui temi della sostenibilità e della salubrità delle produzioni agricole promossa dalla Regione Emilia-Romagna dopo l'Expo 2015 di Milano. E proprio a

Canton, in occasione della prima tappa della missione emiliano-romagnola, è stato firmato un accordo sulla *food safety* tra Zhang Junxiu, presidente dell'associazione del Guandong Food industry, e Arnaldo Dossena, docente dell'Ateneo di

Parma e presidente del Cluster Agrifood. L'accordo prevede attività comuni sul tema della sicurezza alimentare e della tracciabilità sia nella produzione primaria sia nella successiva fase di trasformazione fino al prodotto finale. ■



NON SOLO CINA. L'ASSESSORE CASELLI IN VISITA NEL GAUTENG

Gestione delle risorse idriche per contrastare gli effetti dei cambiamenti climatici e le nuove frontiere dell'agricoltura di precisione, come ad esempio l'uso di macchine guidate da dati satellitari per interventi mirati quali il controllo dello stato di salute delle piante, in grado di ridurre i costi nel rispetto dell'ambiente. Ma anche sviluppo dei servizi per la meteorologia, programmi scientifici tra le Università e sviluppo di servizi per l'agricoltura e le filiere agroalimentari, come quella del pomodoro. Sono alcuni dei temi su cui Emilia-Romagna e Gauteng hanno avviato progetti di collaborazione. L'ultima occasione per rafforzare le relazioni tra le due realtà è stata la recente visita che l'assessore all'Agricoltura Simona Caselli ha compiuto a Joannesburg in ottobre. Una collaborazione destinata a diventare ancora più forte in relazione a fiere e manifestazioni internazionali del settore agricolo e in vista del summit che la Regione sta preparando per il 2018 per riunire i territori più importanti dei rispettivi continenti. Le basi della collaborazione tra la provincia sudafricana e l'Emilia-Romagna sono state poste nel 2016 con un accordo firmato tra i rispettivi presidenti Stefano Bonaccini e David Makhura.

Un mercato in forte crescita e che chiede sempre più qualità

Accelera l'export dall'Emilia-Romagna: +64% in cinque anni, +36% nei primi sei mesi del 2017. **E non mancano ulteriori grandi potenzialità di sviluppo**

DENIS PANTINI
Direttore Area
Agroalimentare,
Nomisma,
Bologna

Sebbene oggi la Cina pesi per meno dell'1% sull'export di prodotti agroalimentari emiliano-romagnoli, le prospettive di crescita per le produzioni regionali in questo immenso mercato sono indubbiamente rilevanti. Per capire il perché occorre innanzitutto contestualizzare il trend – evolutivo e prospettico – dei consumi alimentari nel Paese. Con un valore di circa 1.500 miliardi di euro, la Cina rappresenta il secondo mercato al mondo – dopo gli Usa, ma di poco – per questa tipologia di consumi, considerati nella loro totalità (tra le mura domestiche e fuori casa). L'immenso bacino di popolazione (1,4 miliardi di abitanti), il rilevante sviluppo del Pil pro capite (164% nell'ultimo decennio) che ha interessato questo Paese – un tempo considerato “emergente” – e la progressiva e massiccia urbanizzazione sono i principali fattori alla base di questo imponente mercato di consumo per i beni agroalimentari.

Un livello di consumo che non riesce ad essere soddisfatto dalla produzione nazionale, tanto che la Cina si configura al terzo posto nel mondo (dopo Usa e Unione europea) per import

agroalimentare, con un valore che nel 2016 ha superato i 92 miliardi di euro. Impressionante la crescita di questi flussi in entrata di derrate agricole e prodotti trasformati: +390% nel decennio 2006-2016, a fronte di una media toccata dal commercio internazionale di questi beni pari, per lo stesso periodo di tempo, al 101%. Tra i principali fornitori della Cina figurano, nell'ordine, Stati Uniti (22% del totale import a valori), Brasile (19%), Canada (5%), Australia e Thailandia (entrambi con una quota pari al 4%), mentre i prodotti più importati e che fanno più della metà del valore di import totale sono sostanzialmente tre: semi oleosi (principalmente soia, per il 38%), carni (10%) e oli vegetali (di cui sostanzialmente olio di palma e di soia, per un altro 7%).

Vini, formaggi, salumi al primo posto

In questo quadro, il ruolo dell'Italia è ovviamente marginale, per diversi motivi. Innanzitutto per la tipologia di derrate importate dalla Cina. Trattandosi soprattutto di beni primari e non figurando l'Italia tra i principali produttori mondiali di prodotti agricoli (anzi, come si sa, siamo importatori netti), non poteva che essere così. Tuttavia, anche circoscrivendo l'analisi al *food* più propriamente detto, il ruolo del nostro Paese resta comunque ridotto. Si pensi, ad esempio, al caso dei vini, che nell'ambito delle importazioni cinesi presentano un valore superiore ai 2 miliardi di euro. Di questi, quasi la metà sono francesi – i cui produttori hanno avuto la lungimiranza negli anni '80 di investire direttamente in questo mercato attraverso *joint-venture* con le più grandi aziende locali – mentre quelli italiani detengono una quota di appena il 6%. In generale, il peso dell'Italia sulle importazioni di prodotti agroalimentari cinesi è inferiore all'1%, anche se occorre rilevare come nel giro degli ultimi dieci anni gli acquisti



Dei'Aquila

dal nostro Paese siano cresciuti a valore di oltre il 750%. Ed è proprio partendo da queste variazioni che occorre considerare le potenzialità per i prodotti agroalimentari italiani e soprattutto emiliano-romagnoli di questo grande mercato, vale a dire di un Paese dove la crescita delle fasce di popolazione benestante è sempre più solida e dove questa tendenza genera, a sua volta, un incremento della domanda di beni alimentari a maggior valore aggiunto. Beni nella cui produzione l'Emilia-Romagna primeggia a livello nazionale e mondiale.

Dei circa 391 milioni di euro di prodotti agroalimentari esportati dall'Italia in Cina nel 2016, il 16% ha fatto riferimento a produzioni emiliano-romagnole. Vini e bevande rappresentano le principali voci di export (19% del totale regionale), seguiti da prodotti lattiero-caseari (8%) e derivati della carne (6%). Negli ultimi cinque anni, le esportazioni regionali di *food&beverage* in questo grande mercato sono cresciute del 64%, arrivando nel 2016 a valere poco più di 61 milioni di euro, vale a dire l'1% del totale export agroalimentare emiliano-romagnolo.

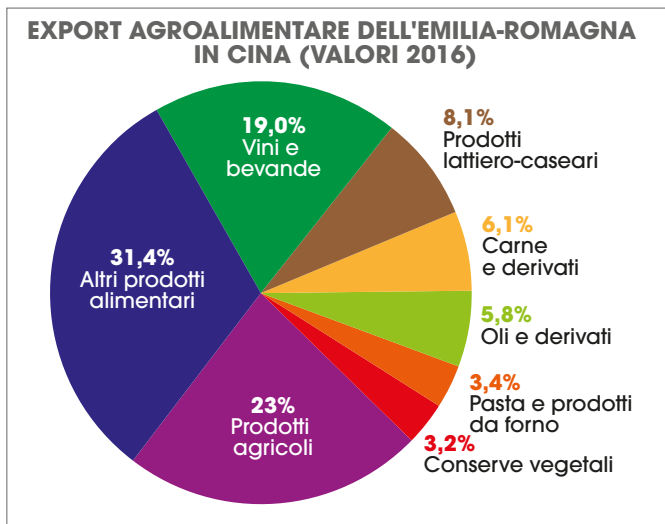
Grana Padano e Parmigiano Reggiano: +308%

Tra i prodotti che nello stesso lasso di tempo hanno conosciuto i maggiori incrementi si segnalano la pasta e i prodotti da forno (+117%), le conserve vegetali (+341%) e i prodotti lattiero-caseari (+513%). Tra questi ultimi, Grana Padano e Parmigiano Reggiano considerati congiuntamente hanno registrato una crescita del 308%, arrivando a un valore di export nella Repubblica Popolare di oltre 1,5 milioni di euro: poca cosa se raffrontati al totale delle esportazioni di questi due formaggi Dop (820 milioni di euro, al netto del grattugiato), ma sicuramente degni di nota se comparati alla dinamica di sviluppo del relativo export totale (+6%) nel medesimo periodo di tempo.

E a conferma delle opportunità di mercato che la Cina può offrire ai prodotti emiliano-romagnoli ci sono le statistiche più recenti dell'export agroalimentare regionale relative al primo semestre 2017, che mostrano un'ulteriore crescita di oltre il 36% in questo Paese rispetto a un 6,5% a livello globale. Anche in questo caso, i prodotti lattiero-caseari e i vini e le bevande emiliano-romagnoli sembrano essere i prodotti preferiti dai consumatori cinesi, con aumenti negli acquisti pari rispettivamente al 43% e 36% rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente.

IMPORT AGROALIMENTARE: TOP 5 MERCATI MONDIALI E VARIAZIONE DECENNALE		
Top 5 mercati import	Import agroalimentare 2016 (milioni €)	Var. 2016/2006 (%)
Usa	130.182,15	90%
Cina	92.302,11	391%
Germania	87.067,07	68%
Giappone	59.156,22	37%
Regno Unito	55.398,46	33%
Totale mondo	1.296.289,97	101%

Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Un-comtrade



Bene anche la meccanica agricola

Infine, a conclusione di questa breve fotografia del mercato agroalimentare cinese, vale la pena evidenziare anche le opportunità che questo grande Paese può riservare a un altro importante settore produttivo in cui l'Emilia Romagna è leader a livello nazionale, vale a dire la meccanica per l'agricoltura e il *food&beverage*. Ovviamente, a differenza dei prodotti finiti (le cui opportunità sono direttamente correlate alla maggiore capacità di spesa dei cinesi e alla loro richiesta di prodotti esteri) questo settore trova una sua potenzialità di sviluppo alla luce degli investimenti produttivi in loco per lo sviluppo della filiera agroalimentare nazionale, un percorso ineludibile anche in considerazione dell'enorme fabbisogno di beni primari di cui soffre la popolazione cinese. Nel corso del 2016, le imprese meccaniche emiliano-romagnole hanno esportato in Cina quasi 480 milioni di euro di macchine e impianti, di cui 15 milioni relativi a macchine per l'agricoltura, evidenziando per quest'ultima tipologia una crescita nell'export del 18% rispetto al 2011. A quanto pare, la Via della Seta comincia ad essere sempre più trafficata dalle imprese dell'Emilia-Romagna. ■



Il kiwi giallo *che parla italiano*

Jingold

La cesenate Jingold è tra i maggiori produttori mondiali di questo frutto **e lo esporta anche verso la Cina, principale mercato extraeuropeo**

OTTAVIO REPETTI

Che la coltivazione di kiwi in Italia sia una cosa seria è risaputo. Meno noto è, forse, che il nostro Paese è leader mondiale nella loro commercializzazione e arriva a esportarli in Cina, ovvero nel Paese d'origine di questo particolare frutto. Certamente, da quelle parti di kiwi se ne producono più che da noi; tuttavia, come ci spiega **Federico Milanese**, in buona parte nascono spontaneamente, per cui, per coltivazione, raccolta e vendita possiamo vantarci di essere superiori anche ai cinesi. E ai neozelandesi, del resto: un altro popolo che coltiva kiwi a pieno regime. Milanese è uno dei dirigenti di Jingold, Spa con sede a Cesena, nata nel 2001 come Kiwigold, consorzio tra Agrintesa, Perugini Frutta, La buona frutta, Frutteto Spa e Alfrut, e oggi tra i maggiori produttori ed esportatori mondiali di kiwi.

«Inviamo i nostri prodotti in Nord e Sudamerica – ci spiega – ma anche in Asia: Malesia, Taiwan, Hong Kong, Indonesia e naturalmente Cina. Quest'ultima, escludendo l'Europa, che assorbe il 65% della nostra produzione, è il principale mercato per i nostri kiwi».

Inutile aggiungere, a questo punto, che far parte della missione regionale era, per Jingold, un

obbligo. «In Cina abbiamo anche un dipendente, che segue un po' le pratiche di import, a dimostrazione di quanto questo Paese sia per noi strategico».

Esclusivisti per le varietà Jintao e Oriental Red

La Spa romagnola è l'unica società a poter coltivare e vendere, oggi, il kiwi giallo di varietà *Jintao*. «Si tratta di un prodotto abbastanza particolare: più dolce del classico kiwi verde che conosciamo tutti, e per questo particolarmente gradito al consumatore asiatico. Come pure è assai gradita un'altra varietà di nostra esclusiva, il kiwi a pasta rossa *Oriental Red*. Che presenta, rispetto al giallo, un retrogusto più esotico». Rossi, gialli, verdi... a Jingold sembra proprio non mancare nulla, in tema di colori. «Cerchiamo di differenziarci dal resto del mercato con prodotti esclusivi e soprattutto di alta qualità. Facciamo anche il classico *Hayward* verde, per il quale abbiamo naturalmente la concorrenza di altri Paesi produttori, inclusa la Grecia, che sta crescendo rapidamente. Il *Jintao*, invece, è soltanto nostro e quindi assicura una bella redditività a noi e ai produttori».

Una coltura in espansione

«La domanda è indubbiamente in crescita – conferma Milanese – al punto che contiamo, nel giro di qualche anno, di raddoppiare superfici e quantità. Già dal 2018, per esempio, entreranno in produzione 500 nuovi ettari che daranno un bell'impulso alla nostra attività».

Tutto questo rappresenta un'opportunità ghiotta anche per gli agricoltori della nostra regione, a lungo in testa tra i produttori nazionali. «In effetti questa coltivazione si è sviluppata innanzitutto in Emilia-Romagna, per poi estendersi alle zone limitrofe e sconfinare infine verso il Sud, che beneficia di condizioni climatiche più favorevoli. Oggi, a quanto mi risulta, la nostra regione è il terzo produttore italiano, dopo Lazio e Calabria. Queste ultime sono favorite dal clima, ma anche in Emilia-Romagna si possono fare ottime produzioni, adottando qualche misura di difesa contro il rischio di gelate».

Dunque, anche da noi vi è spazio di crescita. «Certamente. Il kiwi rappresenta una bella opportunità per tutti gli agricoltori. Varietà come il *Jintao*, per esempio, offrono un margine importante. Peraltro, assicurare un buon reddito agli agricoltori è una priorità per noi, assieme alla garanzia di qualità d'eccellenza per i consumatori. Qualità per i consumatori, reddito per gli agricoltori: in pratica, due facce della stessa medaglia. «Esattamente. Se assicuriamo un buon reddito ai produttori, questi ultimi saranno incentivati a investire nei loro impianti. Avremo così frutti migliori e di conseguenza maggior soddisfazione dei consumatori, con un benefico ritorno per tutti quanti».

Mercati da presidiare

Esigenze del consumatore e del produttore sono alla base del successo di *Jingold*, ci dice Milanese. Il quale non dimentica, però, il ruolo della sua società, nel saper scovare e portare a casa sempre nuove varietà. «Puntiamo molto sulla differenziazione, come ho detto. Il prodotto a pasta gialla, per esempio, ha un'ottima conservabilità e incontra i gusti del pubblico asiatico, mentre quello europeo e italiano è ancora legato al classico kiwi verde. Il fatto di avere a disposizione un'intera gamma ci permette di soddisfare tutti i gusti. La nostra ricerca in questo campo è motivata proprio dalla volontà di essere presenti su tutti i mercati». La Cina, in questo senso, è un esempio da manuale. «Esportiamo in quel Paese da quando ce ne è stata data la possibilità, otto anni fa circa.

OBIETTIVO INTERNAZIONALIZZAZIONE

Si chiama Go Global, il programma della Regione costruito su 10 Paesi focus (oltre alla Cina: Sud Africa, Angola e Mozambico, Usa e Canada, Iran, Kazakistan, Perù e Colombia), che nel 2016 ha messo a disposizione oltre 17,5 milioni di euro e per i successivi 4, anni fino al 2020, circa 10 milioni all'anno. Parte del programma è il bando espressamente rivolto alle piccole e medie imprese, anche del comparto agroalimentare, non esportatrici o esportatrici non abituali. Nel 2017 sono già state finanziate 252 aziende.

La Regione sostiene anche la nascita di nuove imprese. Nel 2016 sono state 54 quelle beneficiarie di contributi pari a circa 5,4 milioni di euro, mentre per il 2017 sono disponibili altri 4,5 milioni di euro. Infine: superano i 6 milioni di euro i contributi in corso di assegnazione da parte della Regione, attraverso l'Ocm Vino, per la promozione del vino nei paesi extra Ue.

Da allora siamo in costante crescita, grazie alla qualità e alle caratteristiche del nostro prodotto, che soddisfa le esigenze locali. Per questo motivo c'è ancora spazio per fare grandi cose, vista la dimensione di quel Paese».

Naturalmente, precisa Milanese, le varietà selezionate devono anche adattarsi a una commercializzazione estesa su scala planetaria. «In effetti l'Italia assorbe all'incirca il 5% del nostro kiwi, il resto va in Europa e nel mondo. Per questo motivo le nuove varietà devono avere caratteristiche ben precise: durata, maturazione, consistenza, grado zuccherino, senza dimenticare forma e dimensione. Una volta trovata una varietà che soddisfa questi parametri, cerchiamo di accaparrarcela e di investirvi sopra risorse per marketing e coltivazione». La quale, per inciso, è sempre monitorata dai tecnici *Jingold*. «Siamo al fianco dei produttori per consigliare loro le migliori tecniche colturali e il periodo giusto per la raccolta. Insieme, noi e gli agricoltori, possiamo arrivare lontano». Già, persino in Cina. ■



L'analisi genetica nuova frontiera *contro le falsificazioni*

Griffa

Griffa, spin-off dell'Università di Bologna, ha messo a punto una tecnica per mappare le materie prime di alimenti lavorati come gli insaccati. E l'ha presentata in Cina

OTTAVIO REPETTI

Riuscite a capire se nel ragù c'è carne di manzo o di maiale? Probabilmente sì, ma se vi chiedessero di stabilire di che razza era il manzo? Oppure di cos'è composto un wurstel? O ancora da dove viene il grano con cui sono fatte le tagliatelle? Si direbbe impossibile, ovviamente. In realtà, si può: basta essere esperti di Dna e avere i giusti strumenti. **Valerio Joe Utzeri** ha a disposizione conoscenza e strumenti e lo stesso vale per gli altri quattro membri di Griffa, la *start up* nata in seno all'Università di Bologna e in procinto di diventare uno *spin-off* della medesima. «La nostra particolarità – spiega Utzeri, che di Griffa è amministratore – è di fare sia analisi di laboratorio sia interpretazione dei dati, mentre altre realtà simili alla nostra eseguono soltanto una delle due attività. Inoltre abbiamo il vantaggio di aver messo a punto una base dati proprietaria che ci consente di lavorare sui più diversi prodotti con ottimi risultati».

Un baluardo contro le sofisticazioni

Superfluo precisare che il primo e più evidente obiettivo della costituenda società è lavorare nel

campo dell'antisofisticazione. Con i giusti strumenti e le giuste conoscenze, nulla è impossibile. Provenienza delle carni che compongono un insaccato, origine del latte con cui è fatto un formaggio, tipo di carne inserito nella mortadella e via elencando: ogni materia prima ha al suo interno una carta d'identità che i tecnici di Griffa – tre dottori di ricerca e due dottorandi – sono in grado di leggere senza fallo. «Il corredo genetico – spiega ancora il ricercatore – è unico e sapendolo decifrare ci rivela tutto di un prodotto o di una materia prima».

Con un simile biglietto di presentazione, è ovvio che per Griffa si apriranno le porte dei consorzi di tutela e degli organismi di controllo. «I nostri clienti, in linea di massima, saranno consorzi, associazioni di produttori ma anche la grande distribuzione che vuole avere certezza di cosa compera, soprattutto in caso di prodotti di provenienza estera. Grazie allo sviluppo tecnologico, queste analisi, oltre a essere molto precise, hanno ormai un costo comparabile ad altri tipi di rilevazione e sono quindi perfettamente a portata anche di piccole realtà».

Abbiamo parlato al futuro in quanto Griffa, ufficialmente, non esiste ancora. Non come socie-

La premiazione di Griffa all'Unibo Launch Pad a Bologna, presso la Fondazione Golimelli

IMPORTANTI RICONOSCIMENTI

Griffa nasce in seno al dipartimento di Scienze e tecnologie agroalimentari dell'Università di Bologna, grazie all'idea di cinque giovani ricercatori e dottorandi. Attualmente in fase di *start up*, sta per costituirsi in società vera e propria, come *spin-off* dell'Università. Che, in virtù di questo legame, continuerà a prestare i propri laboratori ai giovani ricercatori.

Tra i riconoscimenti ottenuti, oltre al quarto posto nell'*Unibo Launch Pad*, l'invito alla *Maker Faire* di Roma per esporre in modo gratuito il proprio progetto di lavoro. Due ambiti

di assoluto prestigio. Il *Launch Pad* è un programma di accelerazione imprenditoriale accademica che mira a facilitare la creazione d'impresa da parte di giovani ricercatori con idee innovative e dall'elevato potenziale di crescita. La *Maker Faire* di Roma è invece una delle principali fiere dell'innovazione a livello mondiale. Mescola scienza, tecnologia e intrattenimento e l'edizione 2016 ha registrato 110mila visitatori, 700 giornalisti accreditati e 600 espositori di nuovi progetti.

tà vera e propria, perlomeno. «Ci stiamo costituendo, ma essendo uno *spin-off* dell'Università, occorrono voti e autorizzazioni dal Senato accademico. A ogni modo l'idea è quella di creare una srl e cominciare a operare il prima possibile». Anche perché, lascia trasparire Utzeni, i primi clienti sarebbero già pronti a siglare accordi. «Abbiamo diversi contatti, soprattutto in ambito zootecnico. Del resto abbiamo la fortuna di nascere nel cuore della cosiddetta Food Valley italiana e già questo è un eccellente biglietto da visita». Come lo è, del resto, il fatto di poter contare sulla strumentazione e sui laboratori dell'università bolognese. «Al momento in effetti ci appoggiamo a loro per le analisi, ma una volta partiti contiamo di realizzare un laboratorio nostro. Ormai la strumentazione, pur onerosa, non è così fuori portata. Infine – conclude Utzeni – è per noi fonte di grande prestigio avere come *advisor* scientifico Luca Fontanelli, che è uno dei maggiori esperti di suinicoltura a livello mondiale».

Sicurezza alimentare al centro

Pur non essendo ancora formalmente in attività, Griffa ha già ottenuto diversi riconoscimenti. Per esempio si è classificata quarta all'*Unibo Launch Pad* (spieghiamo nel box di cosa si tratta) ed è così volata nella Silicon Valley, per vedere come si sviluppa l'economia di domani. «Un viaggio senz'altro interessante, che ci ha permesso di fare una grande esperienza».

Lo stesso è avvenuto per la missione in Cina. «Ogni occasione di incontrare nuove realtà è importante e ci permetterà di conoscere il punto della ricerca nelle materie di nostro interesse. In questo momento è per noi molto importante sapere cosa succede, nel mondo, sia nel nostro settore sia in ambiti contigui. Per esempio, quello della cosmesi, visto che in alcuni prodotti vi sono materie prime di origine naturale molto co-

CON LA TONGJI UNIVERSITY VERSO LE NUOVE FRONTIERE DEL CIBO

Le start up Griffa e Wenda (articolo a pag. 32) sono state presentate nel corso dell'evento *Safe and smart food for smart cities* realizzato dalla Regione in collaborazione con la Tongji University. Tra i progetti illustrati anche quello dell'associazione Le Cesarine di Bologna dedicato alla ristorazione del territorio e della tradizione.

stose e indispensabili per ottenere un cosmetico di qualità. Con il nostro sistema è possibile certificare natura e quantità effettivamente presenti». Naturalmente, conclude il ricercatore, non sarebbe male nemmeno stringere qualche accordo con produttori locali di cibi di lusso, oppure con qualche esportatore italiano. «Le nostre conoscenze ci aprono diverse strade, dalla repressione delle frodi alla sicurezza alimentare. Non dobbiamo infatti dimenticare che, in caso di sofisticazione, gli ingredienti di maggior pregio sono sostituiti da altri di qualità inferiore o addirittura potenzialmente nocivi. Per questo motivo, il nostro lavoro rappresenta anche una protezione contro rischi sanitari per i consumatori». ■



Valerio Joe Utzeri e Anisa Ribani in occasione del training in Silicon Valley

Un guardiano elettronico per tutelare il vino che viaggia

Marchetti

I prodotti alimentari percorrono distanze sempre maggiori. Wenda, *start up* di Castel Maggiore (Bo), monitora umidità e shock termici, a garanzia dei consumatori

OTTAVIO REPETTI

*Uno dei soci
di Wenda
Mattia Nanetti*

Spedire prodotti deperibili a migliaia di chilometri di distanza non è uno scherzo. Lo è ancor meno quando si devono attraversare Paesi in cui le infrastrutture e la logistica non sono al passo con la modernità. Inviare bancali di Parmigiano in Canada, lo si capisce bene anche senza essere esperti del settore, non è come imbarcarli alla volta del Giappone. O della Cina, che sta diventando un grosso importatore di tutto quel che è *made in Italy*. Per questo motivo non stupisce che tra i partecipanti alla missione della Regione in Cina ci sia stata anche Wenda, una *start up* che ha molto a che fare con le spedizioni. Ci spiega qualcosa di più **Mattia Nanetti**, uno dei tre soci fondatori. «In sintesi, potremmo dire che il nostro compito consiste nell'applicare tecnologie Iot alla tracciabilità, intesa non soltanto come localizzazione del prodotto, ma anche come controllo dello stato di salute del medesimo».

Un sensore nell'imballaggio

In buona sostanza significa che Wenda infila negli imballaggi – dalla scatola al bancale, a seconda del materiale trasportato – un sensore elettronico che registra tutte le variazioni ambientali cui le derrate sono sottoposte. «Possiamo registrare parametri di vario tipo: temperatura, umidità, esposizione alla luce e shock vari. Le informazioni, una volta che il prodotto è arrivato a destinazione, sono scaricate attraverso una App per smartphone e rielaborate dalla nostra piattaforma elettronica, che le trasforma in dati fruibili per il cliente». Quest'ultimo, ci spiega Nanetti, può essere l'importatore, il trasportatore ma più spesso è il produttore stesso della merce monitorata. «Solitamente è chi produce a volersi assicurare che la merce arrivi in buone condizioni. Tuttavia, in alcuni casi è interesse degli stessi trasportatori capire cosa accade in determinati "buchi neri" della logistica, sui quali nemmeno loro hanno informazioni. In primo luogo, i nostri dispositivi servono per la tracciabilità e per essere certi che i prodotti cui sono allegati non subiscano manomissioni lungo il percorso. A fianco di ciò, abbiamo il controllo delle condizioni di viaggio, un aspet-



Wenda

to che è fortemente collegato a quella *food safety* che peraltro preoccupa molto anche l'Europa».

Anche arance, latte, miele, caffè possono danneggiarsi

Ci sono cibi che a causa di temperature elevate o lunghe soste in punti di interscambio possono danneggiarsi – è il caso del vino, per esempio – e altri che, per condizioni molto meno estreme, possono anche diventare nocivi.

«Questo – conferma il cofondatore di Wenda – è un aspetto molto importante. Alimenti come latte, arance, miele ma anche caffè possono diventare pericolosi per la salute se non opportunamente conservati. Grazie al nostro sistema, i rischi di questo tipo diventano molto minori». I dispositivi di Wenda possono infatti inviare allarmi ai proprietari nel momento in cui il container si trova in una situazione di pericolo. «Più comunemente, però, il controllo delle condizioni di viaggio è fatto alla fine del medesimo. Allora si vede se tutti i parametri di sicurezza sono stati rispettati».

Grazie a questo sistema, fa notare ancora Nanetti, per un'azienda diventa relativamente più semplice ritirare una partita di prodotto che presenti un qualche problema. «È sicuramente meno costoso recuperare gli alimenti mentre sono ancora raggruppati, piuttosto che lanciare una campagna di ritiro dai punti vendita». Meno costoso e, ovviamente, anche meno imbarazzante nei confronti dei consumatori.

Nel momento in cui si nota che qualcosa non funziona, inoltre, è possibile intervenire sia presso il trasportatore sia rivolgendosi a qualche altro canale. «Se si vede che un bene incontra difficoltà, si può provare a ridisegnare la catena distributiva. Ciò che conta è che il produttore può sempre sapere cosa è andato male, a sua stessa tutela. Quando un consumatore assaggia un vino o un altro alimento e trova che ha qualche difetto, infatti, non si preoccupa se il medesimo ha attraversato il mondo, ma tende a presumere una cattiva qualità iniziale. È quindi di grande interesse per il produttore fare in modo che ciò che spedisce arrivi integro a destinazione».

In cerca di nuovi mercati

Non è difficile capire per quale motivo una realtà come Wenda abbia partecipato al viaggio in Cina. «Siamo andati senz'altro per scoprire le caratteristiche di quel mercato, ma an-

DUE RILEVATORI PER UN UNICO OBIETTIVO: SALVAGUARDARE QUALITÀ E SALUBRITÀ

Due i rilevatori digitali sviluppati da Wenda, nata nel 2015, iscritta al registro delle imprese innovative e titolare di un accordo quadro con l'Università di Bologna.

Il primo è *Jodyn lot*, un dispositivo abbinabile a casse, pallet o container. È in grado di registrare temperatura, inclinazione, accelerazione e altri parametri di viaggio, oltre a svolgere compiti di anti-effrazione. In caso di apertura dell'imballaggio o superamento dei livelli di tolleranza, infatti, invia allarmi via e-mail e sms al titolare del contratto. Lo fa attraverso la *Jodyn App*, che serve anche, grazie al trasmettitore Nfc (quello che ci permetterà presto di pagare la spesa col telefonino) per scaricare i dati di viaggio, una volta terminato quest'ultimo. Le informazioni sono poi raccolte, rielaborate e messe a disposizione dei titolari attraverso una piattaforma in rete. Dalla medesima, chi dispone dell'apposita password può anche conoscere posizione del carico e stato del viaggio.

Leggermente diverso *Unique*, un dispositivo che Wenda ha coperto con brevetto. Dedicato essenzialmente al vino o a prodotti ad alto valore aggiunto, è posto sul collo della bottiglia in modo da prevenire qualsiasi possibilità di sofisticazione. Come *Jodyn*, registra temperatura, luce e inclinazione della bottiglia, perché nel caso del vino anche la corretta posizione di quest'ultima è importante. «Mentre *Jodyn* accompagna le merci dalla partenza all'apertura degli imballaggi, *Unique* arriva fin sul tavolo del consumatore e le sue informazioni possono anche essere trasmesse al cliente finale. Naturalmente parliamo, in questo caso, di un collezionista, un cosiddetto *wine lover*», spiega Nanetti.



Wenda

che nella speranza di trovare qualche partner. Per esempio un importatore cinese di prodotti europei, oppure un italiano che esporta in Cina. Abbiamo grande fiducia nelle potenzialità del nostro sistema, anche perché in molti ci dicono di incontrare problemi quando spediscono verso l'Asia. Di contraffazione, innanzitutto, ma anche di qualità. Siamo convinti che la nostra sia una prima soluzione a queste difficoltà logistiche». ■

Il sensore messo a punto da Wenda, posizionato all'interno di una cassa di vino