

L'agricoltura sulla stampa estera

Un'interessante esperienza spagnola per sostenere le imprenditrici rurali apre la rassegna di questo mese. Si prosegue con un dibattito sulla possibile riduzione delle sovvenzioni Ue in Germania e sui timori dei viticoltori provocati dal gelo. Un articolo illustra poi il successo della IV gamma e l'ultima spiega come un sito web negli Usa sia riuscito a favorire l'incremento dei consumi di frutta e verdura.



La donna dà vita al mondo rurale

di Vidal Matè
(quotidiano spagnolo, 10 gennaio 2010)

Avevano tutte le carte in regola per continuare ad essere le comproprietarie marginali in una qualunque azienda agricola o per fare le valige ed andare a cercare lavoro in città nel settore dei servizi, come cassiera in un supermercato o in una qualunque catena di produzione industriale. Era il loro destino, lo stesso a cui si sono rassegnate migliaia di persone davanti alla mancanza di possibilità di occupazione nei piccoli paesi. Donne e oltre tutto rurali.

Di fronte a queste due opzioni, sono molte quelle che hanno scelto di restare nelle zone di origine e sviluppare qui le loro capacità imprenditoriali. Anche se sono prevalenti le attività legate all'artigianato alimentare (utilizzando prodotti agricoli della zona e in molti casi di produzione aziendale), si sono poi aggiunte tante altre iniziative in vari settori come il tessile, la ceramica, il cuoio, la cosmetica o il legno.

Sostenere la permanenza delle donne di ogni età nell'ambiente rurale con lo sviluppo di un'attività redditizia costituisce una delle iniziative realizzate dalla *Federacion de Asociaciones de Mujeres Rurales* (Fademur), integrata nel sindacato agricolo Upa (Unione dei piccoli agricoltori).

L'organizzazione vuole realizzare tre obiet-

tivi: primo, dare sostegno alle piccole imprenditrici rurali che stanno iniziando a operare per conto proprio; secondo, animare altre donne a restare in campagna con un'attività propria, aiutandole a creare un'impresa o a stabilirsi come lavoratrici autonome, anziché guadagnarsi da vivere fuori del mondo rurale. Terzo, la cosa più importante, organizzare la commercializzazione dei propri prodotti via internet superando l'isolamento.

Il programma sviluppato conta sul sostegno del ministero dell'Industria mediante l'uso delle nuove tecnologie dell'informazione; il progetto conta anche sul sostegno del ministero dell'Agricoltura e dell'Ambiente.

Per la presidente di Fademur, Teresa Lopez, l'offerta costituisce un insieme dei prodotti artigianali che si possono produrre nell'ambiente rurale e, soprattutto, delle immense possibilità per crescere in questa direzione con criteri di qualità e di redditività per le donne e le loro famiglie. Il messaggio è chiaro: si può vivere in campagna esercitando un'attività redditizia come la trasformazione di prodotti o mediante nuove iniziative; la principale ragione dell'abbandono dell'ambiente rurale sta nella mancanza di servizi per gli abitanti.

Nel progetto si trovano inserite attualmente una cinquantina di donne imprenditrici attive nella produzione artigianale, in una decina di comunità autonome. L'obiettivo è arrivare a trecento piccole imprenditrici. L'attività si svolge soprattutto in paesi con meno di cinquemila abitanti; gli investimenti necessari per lo sviluppo di queste attività sono molto piccoli.

L'organizzazione si preoccupa che siano

rispettate tutte le norme di tipo fiscale, come pure le condizioni igienico-sanitarie nelle imprese agroartigianali.

Il profilo delle imprenditrici è molto vario. Non c'è un'età o una professione dominante.



Gli agricoltori si schierano contro la riduzione delle sovvenzioni

(quotidiano tedesco, 10 gennaio 2010)

Nel 2009 l'Ue è intervenuta a favore degli agricoltori a causa del crollo dei prezzi di latte, cereali, zucchero, frutta, verdura, pesce e uova. Ogni anno gli agricoltori tedeschi ricevono circa 6 miliardi di euro dalle casse europee.

Anche numerose aziende beneficiano delle sovvenzioni della Ue. Nel 2004-2005 la Sued Zucker ha ricevuto ben 82 milioni di euro dalle casse di Bruxelles. Con gli aiuti molti prodotti europei hanno avuto la possibilità di affermarsi sul mercato mondiale. Le sovvenzioni hanno al contempo frenato lo sviluppo degli agricoltori nei Paesi in via di sviluppo, minacciati dagli aiuti ai Paesi più ricchi. Anche il governo ha stanziato rilevanti sovvenzioni per gli agricoltori. Nel 2009 gli agricoltori hanno ricevuto 1,6 miliardi. La riduzione delle sovvenzioni è tuttavia un argomento estremamente controverso.



I viticoltori temono i danni del gelo

(quotidiano tedesco, 8 gennaio 2010)

I viticoltori sassoni sono preoccupati per i danni alle viti causati dal gelo recen-

te. «Il gelo ha causato danni rilevanti», ha affermato venerdì a Dresda il presidente della Federazione dei viticoltori sassoni, Christoph Resse. A Elbtal le temperature hanno sfiorato i meno 20 gradi. Già con meno 15 gradi le viti possono subire gravi danni. Le viti destinate alla produzione del Mueller-Thurgau sono quelle più importanti della Sassonia: vengono coltivate sul venti per cento della superficie agricola. Questa qualità è anche quella più sensibile al gelo. Al contrario le temperature basse giovano alla produzione del Riesling.



Cresce del 6,6% il commercio dei prodotti ortofrutticoli di IV gamma

(portale dei Paesi Bassi, 8 gennaio 2010)

Secondo gli ultimi dati, diffusi dall'Associazione spagnola di frutta e verdura lavata e pronta per essere consumata (Afhorla), i dati di novembre mostrano come il commercio di frutta e verdura di IV gamma abbia raggiunto, a novembre del 2009, 61.291 tonnellate, registrando un aumento del 6,6% rispetto allo stesso periodo del 2008 e mante-

nendo lo sviluppo positivo di questo settore in Spagna. Di tutta la frutta e la verdura, vendute nel periodo compreso tra gennaio e novembre, l'81% è andato alla distribuzione.

La IV gamma è una sorta di sottodivisione all'interno della gestione della filiera ortofrutticola. Con tale termine si fa riferimento a frutta e verdura, pulita, tagliata e imbustata, pronta per essere consumata, che generalmente ha una data di scadenza di circa sette giorni. Il prodotto conserva inalterate le sue proprietà naturali, con la differenza che è già lavato, tagliato e confezionato, e non contiene alcun additivo o conservante. I prodotti di questo tipo vengono, di solito, venduti singolarmente, in buste, vaschette di plastica o teglie, e possono contenere una singola varietà o un insieme di varietà e di specie ortofrutticole. In Spagna la IV gamma ha raggiunto un giro d'affari di circa 200 milioni di euro, il 95% dei quali sono riconducibili ai partner di Afhorla, che è stata istituita nel 2005, con l'obiettivo di rispondere alle necessità di questa attività produttiva ed economica, con una forte crescita e in pieno processo di espansione. L'associazione Afhorla è composta dalle maggiori compagnie spagnole del settore: Vega Mayor SA, (Navarra), Verdifresh SL (Valencia), Sogesol (Murcia), Kernel Export (Murcia), Primaflor (Almería), Tallo Verde SL (Toledo) e Frutibon (Alicante).



Un sito web determina un aumento del consumo di frutta e verdura (portale Usa, 8 gennaio 2010)

Meno di un quarto degli americani consuma le cinque porzioni quotidiane di frutta e verdura raccomandate, ma un programma *on line* può determinare un aumento di questo dato. Come parte del progetto "Making effective nutrition choices", 2.500 persone hanno visitato un sito web che offre informazioni sull'importanza del consumo di frutta e verdura e su come includerle nei loro pasti quotidiani.

Nei tre mesi durante i quali si è sviluppata la ricerca, il 70% delle persone che hanno consultato il sito consumava cinque o più porzioni di frutta e verdura: un grande risultato rispetto all'iniziale 20%. «Nella maggior parte degli studi nutrizionali, ci si può considerare soddisfatti, se si registra un aumento di mezza porzione», sostiene la dottoressa Christine Cole Johnson, che ha guidato la ricerca.

Dal momento che lo studio ha interessato uomini e donne, dai 21 ai 65 anni, i risultati implicano che un sito web, come quello usato nella ricerca, può essere utilizzato per un insegnamento su scala molto più ampia.

«Pensiamo che si possa raggiungere un numero più elevato di persone e cambiare le abitudini alimentari a livello nazionale», ha detto Johnson.

Nello studio i ricercatori hanno valutato le modifiche apportate al consumo di frutta e verdura, dopo che le persone hanno visitato un sito che offre dati nutrizionali personalizzati. I due portali web avevano la stessa struttura grafica, ma uno dei due offriva dati nutrizionali su misura, mentre l'altro forniva dei dati più generali.

Nel complesso, coloro che hanno preso parte alla ricerca si sono detti soddisfatti dei siti web. ■



Foto Dell'Aquila